

天之骄子

——记全国精选网站

创业史



主编 张丽华
主审 陈 钟



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry
URL: <http://www.phei.com.cn>

710.393.092
ZLH/1

天之骄子

——记全国精选网站创业史

主编 张丽华
主审 陈 钟



海龙条码 0057622

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

057622

JS370/01

内 容 简 介

本书分七大部分,介绍精选的75个网站的创业历程、网站特色、成功经验及发展方向等。本书收录的网站都是目前异军突起的诸多网站中的佼佼者,它们是互联网领域的天之骄子,是信息时代发展的弄潮儿。本书由中国计算机用户协会网络分会组织编写。今后协会每年都将出版一本同类图书,用以记录当年走在互联网领域前沿的人和事。

本书适合从事或热爱互联网事业的人阅读,启迪他们走好未来的路。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,翻版必究。

图书在版编目(CIP)数据

天之骄子——记全国精选网站创业史/张丽华主编. - 北京:电子工业出版社,2000.6

ISBN 7-5053-5971-1

I.天... II.张... III.网站-历史-中国 IV.TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 61020 号

书 名:天之骄子——记全国精选网站创业史

主 编:张丽华

主 审:陈 钟

责任编辑:吴剑锋

特约编辑:卢福姬

排版制作:电子工业出版社计算机排版室监制

印 刷 者:民族印刷厂

装 订 者:三河市金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社 URL:<http://www.phei.com.cn>

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销:各地新华书店

开 本:850×1168 1/32 印张:12.125 字数:330 千字

版 次:2000 年 6 月第 1 版 2000 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5053-5971-1
TP·3135

定 价:25.00 元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺页、倒页、脱页、所附磁盘或光盘有问题者,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系调换。电话:68279077。

序 言

互联网商业的创业浪潮正在席卷世界,并在中国激起了无数浪花。互联网商业的成功将取决于怎样建立一个与之适应的互联网经济生态。在不久的将来,互联网将极大地改变人们的生活,互联网时代中的每个人都将度过一段非常人生。

起初,人们是把互联网做成一个能代替一切的平台,这就是综合网站。个性化的消费需求迫使传统网站必须不断整合自己,研究发展方向和经营策略。消费者是聪明的,他们永远选择最好的。同样,网站没有方向,“眼球”有什么用?一旦有人超过你,眼球就转向了。所以要有独特的商业模式,要为消费者创造利益,这是最好的宣传。国外的网站市场价值惊人,最根本的只有两个字——有用。因此我们应该从提高服务质量入手,不片面追求大而全,而是扎扎实实塑造品牌。互联网时代技术日新月异,精彩的创意层出不穷,只有不断求新求异,树立网站的特色,才能赢得网友的注目,进而增强网友的支持。

大多数企业上网的最终目的并不是要成为一家互联网公司,更重要的是消除一些不必要的中间环节,提供更好的服务,建立更低的成本架构。中国互联网商业构建了前所未有的合作框架,一个横向联合、互为平台、共同发展的互联网商业环境格局已经形成。中国互联网商业将更加重视商业本质,而不满足于商业表象;更重视最终消费者的实质需求,而不满足于对商业模式的一般借鉴。面对互联网这一新世界,我们除了要了解互联网本身的复杂性之外,还要克服人为的意识障碍及禁锢。

经过近几年的发展,中国的互联网事业有了长足的进步,但相对于发达国家,我国的互联网普及率还很低,而且还存在着诸如网上内容匮乏、硬件和网络环境有待改善、缺乏先进的经营理念和技术等问题。现

在中国不缺少有智慧的“知识”人才,甚至人才的质量与数量并不比国外逊色,缺的是资本以及为资本进入互联网产业所必须的机制。

生活在今天的我们,谁也说不清楚互联网究竟是什么,我们的祖先没有见过,我们今天也注定无法把握。今天在互联网领域追梦的人们所做的一切,都将接受时间的考验,但无论对与错,我们仍要努力,去探寻未来世界的“游戏规则”。

中国互联网商业涌现了一群脚踏实地的建设者,他们既为互联网经济发展大造声势,更为这项伟大的事业添砖加瓦。

我们编辑出版此书,目的是让人们更快地了解那些走在时代前沿的人们,了解他们的创业历程、成功与失败,以便走好自己未来的生活之路。

历史正步入一个互联网迅速增长、数据无处不在的崭新世纪。现实世界的人们正在加速向网络世界聚集,这是一种历史性的迁移,它将深刻改变现有的商业模式。对于传统商业来说,这是一个亘古未有的挑战,对于互联网商业来说,则是一个前所未有的机会!

商保平

出版说明

为推动互联网事业在我国健康有序地发展,中国计算机用户协会网络分会组织编写了《天之骄子——记全国精选网站创业史》一书。出版此书的目的是记录下那些为我国互联网事业发展做出过突出贡献的人们和事迹,印下他们的光辉足迹。

本书在网站的选择上,参照了以下三方面的信息来源:CNNIC 2000年元月公布的 66 家上榜网站、1999 年评选的 100 家优秀网站及受相关专业媒体关注较多、较有特色的网站。另外,中国计算机用户协会网络分会专家委员会成员对所选网站逐一进行了认真的评审,最后确定本书共收录 75 家网站。

本书的原始资料由本书收录的各网站提供,本书编者对具体内容做了精心的组织和编排,认真地进行了编辑。全书共分七个部分,各部分内容均按网站名称汉语拼音第一个字母排列顺序编排。

为把互联网领域的普及、宣传、规范工作深入进行下去,今后中国计算机用户协会网络分会每年都将组织编辑出版一本宣传精品网站的图书,以便及时交流经验,相互取长补短,充分发挥中国计算机用户协会网络分会在中国网络产业中的桥梁和纽带作用,使其健康、蓬勃地不断发展。

本书在编写过程中得到了中国科协、国家信息产业部、CNNIC、电子工业出版社以及各大网站等的大力支持与合作,使本书以最优、最快的速度面世,在此表示衷心的感谢!

参加本书编写的人员有:张丽华、陈钟、陈溪、王健、陈腾华、孙坚华、高钢、史晓波、金建杭、陈靖等。另外裴华、张民也为本书的出版做了大量工作。

本书在编写过程中有考虑不周或不妥之处,请广大读者批评指正。

谨以此书赠给当今飞速发展的互联网时代!

本书由中国计算机用户协会
网络分会组织编写

主 编 张丽华

主 审 陈 钟

编 委(按姓氏笔划顺序)

陈 靖 陈腾华 陈 溪

高 钢 金建杭 王 健

孙 坚 史晓波



阎保平

阎保平 女,1950年生。毕业于西安交通大学,博士学位。现任中国科学院计算机网络信息中心主任、研究员、博士生导师;同时兼任中国计算机用户协会网络分会理事长。



陈 钟

陈 钟 男,1963年生。毕业于北京大学计算机系,博士学位。现任北京大学计算机科学技术系教授、博士生导师、网络与信息安全研究领域负责人;同时兼任北大青鸟集团技术总监、中国计算机用户协会网络分会副理事长。在互联网应用技术、安全技术、信息自动发现技术等方面造诣颇深,取得多项研究成果。



张丽华

张丽华 女,1963年生。计算机应用专业硕士学位。电子工业出版社副编审,主要从事计算机、网络与通信方面图书的策划、组织和编辑出版工作。现任中国计算机用户协会网络分会秘书长,主持协会日常工作。

目 录

(各部分内容编排均按网站名称的汉语拼音字母顺序排列)

第一部分 商务类网站	(1)
阿里巴巴 www.alibaba.com	(3)
8848 网上超市 www.8848.net	(15)
你好万维网 www.nihao.net	(21)
3721 网站 www.3721.net	(27)
索易——网络杂志 www.soim.com	(33)
雅宝竞价交易网 www.yabuy.com	(38)
易趣网 www.eachnet.com	(43)
中关村在线 www.zol.com.cn	(48)
中国航运 www.shipping.com.cn	(52)
中国外经贸 www.chinamarket.com.cn	(56)
中国万网 www.net.cn	(58)
第二部分 综合类网站	(63)
碧海银沙 www.silversand.net	(65)
东方网景 www.east.net.cn	(70)
广州视窗 www.gznet.com	(77)
金陵热线 www.jlonline.com	(82)
商都信息港 www.zz.ha.cn	(85)
深圳热线 www.szonline.net	(91)

首都在线 www.263.net	(93)
搜狐 www.sohu.com	(100)
天府热线 www.sc.cninfo.net	(107)
网易 www.163.com	(110)
新浪网 www.sina.com.cn	(115)
中国之窗 www.china-window.com.cn	(123)

第三部分 科技与教育类网站 (129)

北京大学网站 www.pku.edu.cn	(131)
北京科教信息网 www.bestinfo.net.cn	(134)
若比邻 www.robot.com.cn	(137)
清华大学网站 www.tsinghua.edu.cn	(141)
101 远程教育网 www.chinaedu.com	(144)
中华科技投资网 www.chinatec.net	(147)
中国科普博览 www.kepu.com.cn	(152)
中国国讯网校 www.chinaschool.net	(156)
中国技术交易网 www.ctmnet.com.cn	(160)
中国科技网 www.cstnet.net.cn	(165)
中国少年雏鹰网 www.chinakids.net.cn	(171)

第四部分 金融类网站 (179)

财智网 www.imoney.com.cn	(181)
和讯网 www.homeway.com.cn	(185)
乾通网络 www.gotrade.com.cn	(189)
上海证券报 www.ssnews.com.cn	(194)
盛润网 www.stock2000.com.cn	(198)
证券之星 www.stockstar.com	(201)
中国易富证券网 www.eefoo.com	(206)
中国证券网 www.cs.com.cn	(213)

第五部分 政府、组织与媒体类网站	(217)
对外经济贸易合作部网站 www.moftec.gov.cn	(219)
国研网 www.drcnet.com.cn	(220)
“华声报”电子版 www.hsm.com.cn	(225)
科技日报网络版 www.stdaily.com	(231)
青岛政务信息公众网 www.qingdao.gov.cn	(235)
“人民日报”网络版 www.peopledaily.com.cn	(238)
新华网 www.xinhua.org	(245)
浙江在线 www.zjonline.com.cn	(249)
中国国际广播电台网站 www.cri.com.cn	(255)
中国消费者网 www.china-consumer.net	(260)
中国新闻社网站 www.chinanews.com.cn	(264)
中国中央电视台网站 www.cctv.com.cn	(268)
 第六部分 生活服务与娱乐类网站	 (273)
联众网站 www.ourgame.com	(275)
梦想家中文网 www.dreamer.com.cn	(280)
MyWeb 网站 www.MyWeb.com.cn	(286)
榕树下 www.rongshu.com	(292)
网上行动 www.donetdo.com	(298)
找到啦 www.zhaodaola.com.cn	(302)
招聘网 www.zhaopin.com	(309)
中国人才盟网 www.jobs.com.cn	(313)
中国影视网 www.TVnet.com.cn	(317)
中国艺术国际资讯网 www.artsofchina.com	(321)
中国足球新闻网 www.chinafootball.com	(323)
中文热讯 www.yesite.com	(328)
中文网络寻呼 www.oicq.com	(333)

第七部分 卫生与健康类网站	(337)
北京新金卫网 www.nmn.com.cn	(339)
健康 123 医疗保健网 www.jk123.com	(342)
迈博健康资讯网 www.medboo.com	(348)
中国导医网 www.daoyi.com	(352)
中国健康电子商务网络 www.healthoo.com	(357)
中国金卫网 www.2919.net	(362)
中国医药市场 www.Chinapharmarket.com	(368)
中国中医药信息网 www.cintcm.ac.cn	(371)

第一部分 商务类网站

本部分介绍 11 个网站,它们均是商务类网站,有 B to B 模式,也有 B to C 模式。较有代表性的、在社会上影响较大的有:阿里巴巴、8848 网站、3721 网站、雅宝竞价交易网等。欲知详情,请您耐心阅读。

记住:走进这里,虽占用您一点宝贵时间,但一定不虚此行。

阿里巴巴

www.alibaba.com

阿里巴巴公司(alibaba.com)总部设在香港,1999年3月由马云等在中国杭州创立。

1. 马云和阿里巴巴团队的故事

阿里巴巴网站的行政总裁马云和他的团队伙伴们的奋斗故事,演绎了一个现代“天方夜谭”。

(1) 偶然触网



马云

英语流利的马云思维极其活跃,他说:“我这个人比较好幻想,比较好动。我的导师和朋友们常对我说,你这个人如果停止了 creative(创造性的)想法,就一点价值也没有了,我这个人就是这样,三天内没有新主意,我就会很难过。”他进入互联网世界完全是因为一个很偶然的机会。

1995年初,浙江省政府请马云为一个美国高速公路在中国的投资项目担任翻译和顾问。为完成此任务,马云在西雅图的一家公司内做研究,这时他发现互联网上有关中国的资料十分稀少,他就想把中国企业的资料放上去,看看会怎样。他请人给杭州海博翻译社做了一个网页,网页十分简单,只有文字,说明海博翻译社拥有多少名翻译员,价格如何等等。早上9点半,他在西雅图把网页发布出去,中午12点就收到4个邮件。

“哇,我很激动啊!真有效果!”马云现在谈起来,还流露着兴奋的神色。随后,他和网页设计者签了合约,要把中国的企业资料放到网页

上去,向全世界发布。但价钱很贵,他必须在国内向企业收钱,并把企业的资料集中起来,快递到美国,由设计者把网页设计好后向全世界发布。

回国以后,马云找了24位朋友到自己家里,跟他们说:“哎,我要做这么个东西。”接着便给他们讲互联网,但其实他自己也不懂,说得人糊涂。朋友们都很吃惊,你放着老师不当,去玩这个东西?当时23个人反对,只有一个人说:“如果你有兴趣的话,你可以试一下。”他说:“好,那就下了。”

朋友们对他说,你对计算机一窍不通怎么去搞这个东西呢?他就去找了一个学自动化的“搭档”,加上他的妻子,一共三个人,用两三万元钱租了一个房间,再借了点钱,就开始了。交了租金以后,他只剩下了200元钱,只好把家里的家俱都搬到办公室里去,这就是马云的第一家互联网公司——海博网络。

他天天出去跟人家讲互联网络的商业作用,请他们同意付钱并把企业的资料放在互联网上。一些人都把他当作骗子,因为那时中国根本就没有互联网。他就来个“兔子先吃窝边草”,把朋友们的公司资料寄出去,免费给他们放在互联网上。嘿,竟然真有效!杭州望湖宾馆,杭州电视机二厂,还有一个律师事务所,都收到了来自国外的电话或传真,都是客户查阅了他的网页后发出的。

马云高兴极了,还真的有点。

“但接下来就很残酷了,极其的残酷!”马云说。他们没钱,也没有人相信他们。因为这些企业只是收到电话和传真,他们自己根本看不到网页,根本不知道载有自己企业资料的网页为何物。

直至1995年7月,上海首先开通了44K专线,但当时杭州还没有专线。为了证明他并没有骗大家,他找来一台486电脑,把电视台的记者请来,将电视摄像机对准这部电脑,然后从杭州拨长途电话到上海连接互联网,再通过互联网把望湖宾馆的照片和资料从美国传过来。结果花了三个半小时,照片一点一点出来了,望湖宾馆的照片终于出来了。虽然资料下载的时间长得可怕,但至少证明他没有骗人。

随后,他们在全国 27 个城市一个一个地开拓业务,但其他城市基本上都没有互联网专线。同样是资金不足,同样是在当地被人当成骗子,但他们还是过来了。马云就像疯子一样,天天跟人“侃”互联网,说服客户,说服记者,业务就这样艰难地开展起来了。

随着互联网在中国逐步为人所认识,互联网公司开始多了。马云意识到自己不努力就会被人家吃掉。他明白雅虎成功的时候已经有成千上万的类似雅虎那样的公司倒下去了。在人们还没有真正开始互联网工作的时候,马云就开始实行他称为“空中轰炸”的策略,花很大的力气做公共关系工作,做互联网的开路先锋,尽全力让社会知道互联网,让人们在互联网跟海博网络公司之间划起等号。但是到了 1996 年,国内有很多互联网公司出现,甚至是外国公司也要进入中国市场,他的策略则是立即收缩,脚踏实地地做网页,一个一个客户地开拓。他把这个策略称为“地面跟进”。马云意识到,社会不重视的时候,就是他们机会到来的时候;国家不关注这方面发展的时候,就是小公司可以拼命发展的时候;到国家开始关注了,有了“政策倾斜”,大公司都进来了,就轮不到小公司了,这时他们就退到一边,扎扎实实地把工作做好,结果也真的做出了成绩。

1997 年底至 1999 年初,马云加盟中国对外贸易经济合作部下属中国国际电子商务中心,出任该中心信息部的总经理。他和他的团队创办了一系列贸易网站,当年营业额达 540 万元人民币。这一年多的北京之行使他学到了很多,知道了国家宏观的发展方向和外贸企业的需求。更重要的是,在中国互联网浪潮最热闹的时候,给了马云一个机会,让他可以静静地思考下一个将要到来的浪潮是什么?互联网到底会向什么方向发展?

(2)发现宝库

马云思考的结果是电子商务,这个电子商务是指以电子手段,尤其是以互联网手段处理商业机构之间的业务。研究显示,商业机构之间的业务比商业机构与个人顾客之间的业务量大得多。马云预测,电子商务将会有 25 年以上的持续发展时间,而且业务范围可以拓展至全世