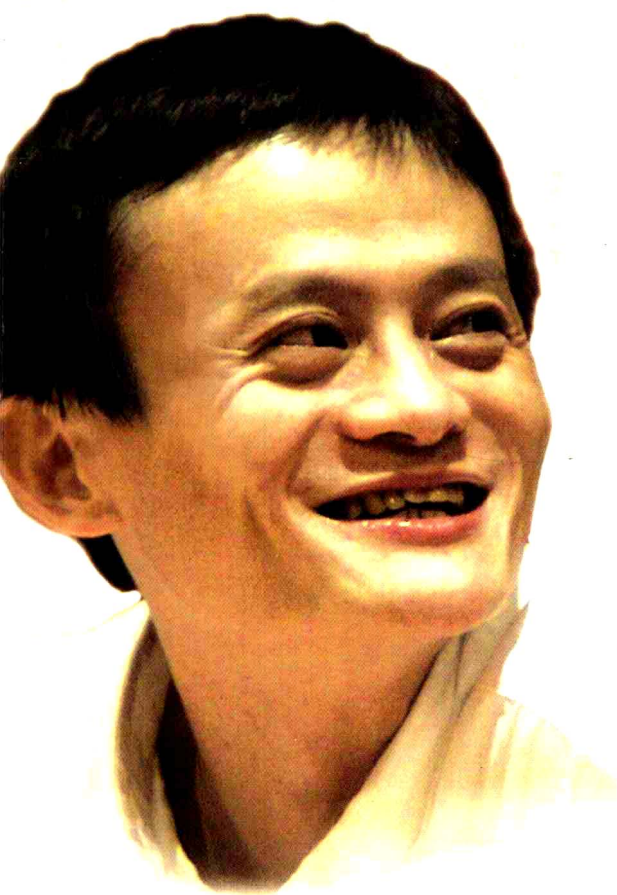


马云 谁认识



刘世英 彭征◎著

当他在国内最早到处宣讲他的「黄页」时，别人说他是骗子
当他喊出「要做全中国最好的企业」时，别人说他是疯子
当他执意要创办全世界最伟大的公司时，别人说他是狂人
然而，他是中国第一位登上《福布斯》杂志封面的企业家
他的阿里巴巴被评为全球电子商务第一品牌
他还是比尔·盖茨、克林顿和布莱尔的朋友

升级版

《中国企业家》杂志社社长 刘东华
央视《赢在中国》总制片人 王利芬
鼎力推荐



中信出版社
CHINA CITIC PRESS

谁认识

马云

升级版

当他在国内最早对外宣讲他的“黄页”时，别人说他是骗子
当他喊出“要做全中国最好的企业”时，别人说他是疯子
当他执意要创办全世界最伟大的公司时，别人说他是狂人
然而，他是中国第一“电商”——《福布斯》杂志封面的企业家
他的阿里巴巴被评为全球电子商务第一品牌
他还是比尔·盖茨、克林顿和布莱尔的朋友

刘世英 彭征◎著

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

谁认识马云 (升级版) / 刘世英, 彭征著. —北京: 中信出版社, 2008.10

ISBN 978-7-5086-1303-1

I. 谁… II. ① 刘… ② 彭… III. 马云—传记 IV. K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 141004 号

谁认识马云 (升级版)

SHUI RENSHI MAYUN

著 者: 刘世英 彭 征

策 划 者: 中信出版社策划中心

出 版 者: 中信出版股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京牛山世兴印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

插 页: 4

印 张: 16.25

字 数: 237 千字

版 次: 2008 年 10 月第 2 版

印 次: 2008 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-1303-1/F · 1442

定 价: 38.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

<http://www.publish.citic.com>

E-mail: sales@citicpub.com

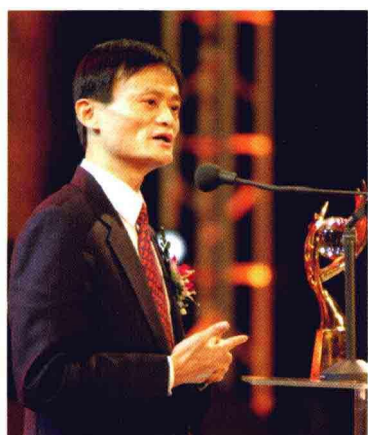
author@citicpub.com

服务热线: 010-84264000

服务传真: 010-84264033



● 马云、杨致远、著名主持人叶榕在中国首届网商节论坛会上



● 2005年，马云荣获2004CCTV年度经济人物

● 2006年，马云荣获长三角自主创新青年领军人物

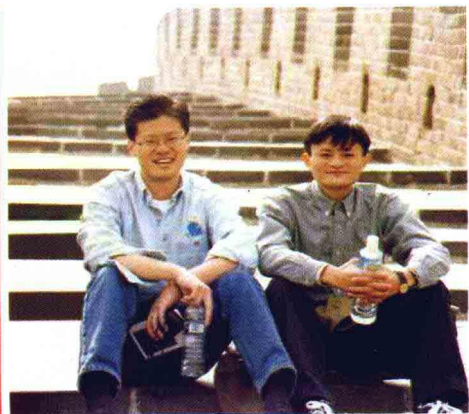




● 1999年底，马云与日本软银老总孙正义签约，获得3500万投资

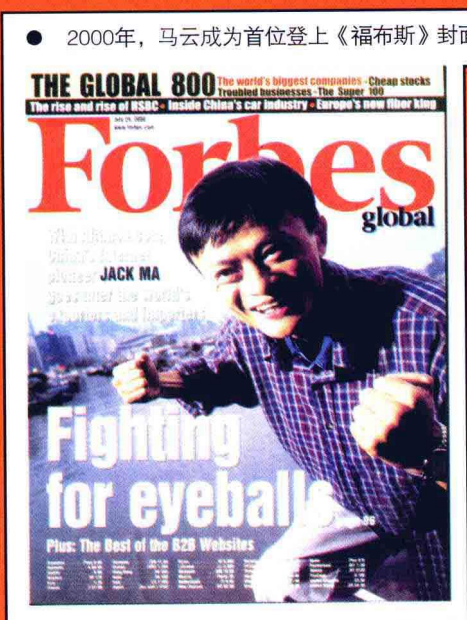


● 1999年，马云创业团队在长城



● 马云、杨致远在长城

- 2000年，马云成为首位登上《福布斯》封面的中国企业家



- 马云与雅虎全球COO罗森格在并购雅虎中国新闻发布会现场



- 2005年9月10日，第五届西湖论剑上，马云同美国总统克林顿握手





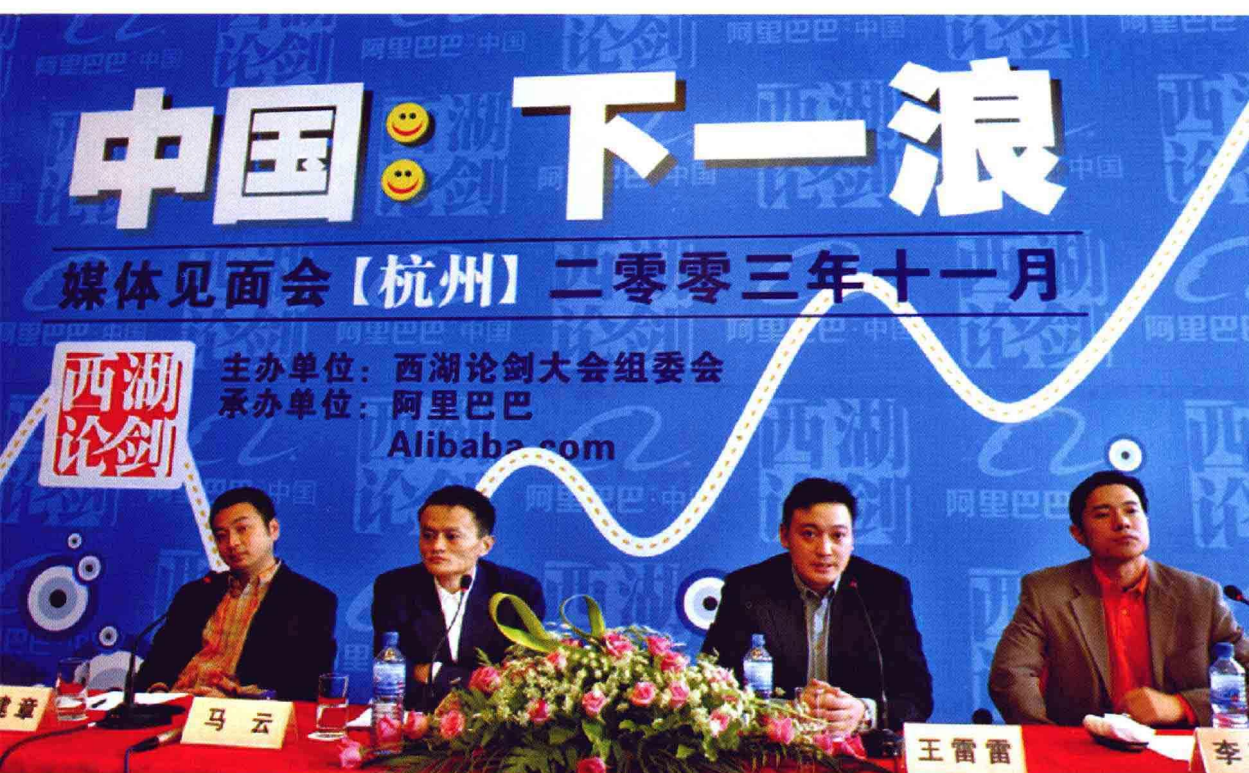
● 1999年11月17日，阿里巴巴北京新闻见面会

● 2003年7月9日，淘宝浮出水面，马云在上海新闻发布会现场





● 2004年阿里巴巴宣布获得8200万美元的战略投资新闻发布会



● 2003年第四届西湖论剑现场



● 2003年非典中的马云



● 金庸为淘宝公司题词“宝可不淘，信不能弃”



● 2005年，马云展示《阿里人》创刊号

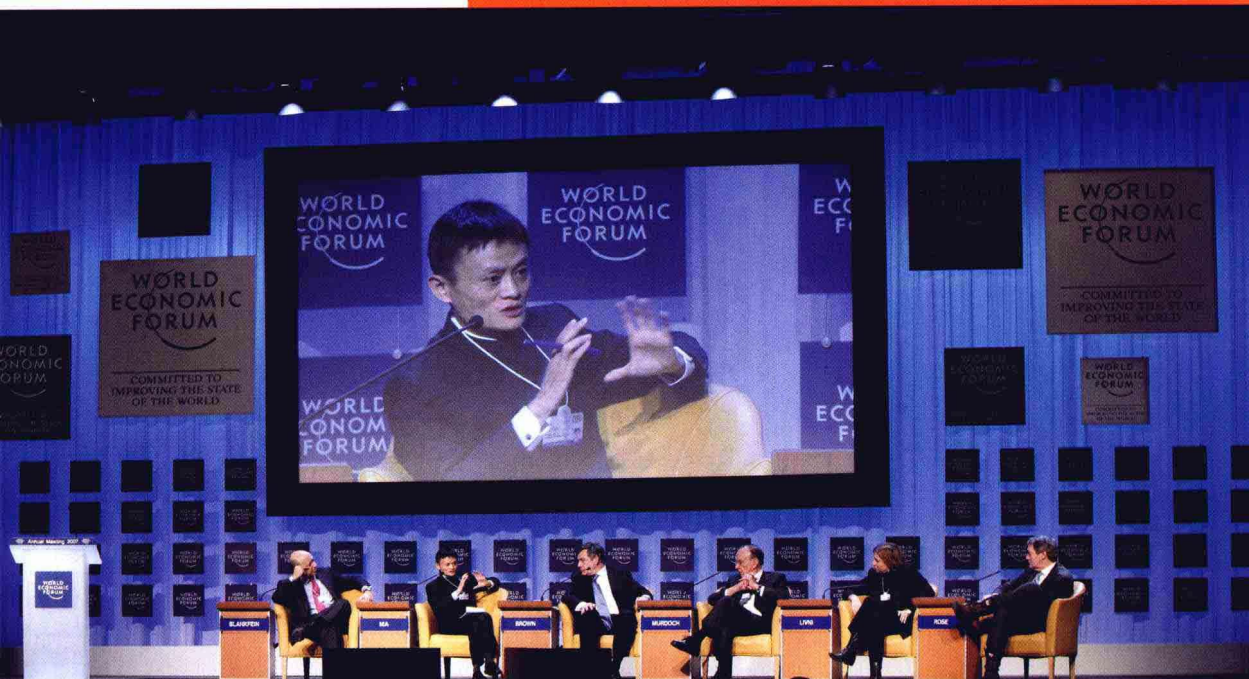


● 2007年11月6日，马云为阿里巴巴登陆港交所欢呼

● 马云主持集团集体婚礼



● 马云出席2007年达沃斯世界经济论坛年会





改版前言

自 2006 年 11 月面市到现在,《谁认识马云》已经出版一年多了。短短的一年多时间里,《谁认识马云》给我们带来了两个惊喜:一个惊喜是新书发行不到两周,便蹿到当当网和卓越网中企业家传记类图书排行榜第一名,头一个月内就加印了两次;另一个惊喜是读者对《谁认识马云》的厚爱,很多读者给我发来邮件,发表他的读后感,文字间洋溢着对马云的敬佩之情。

到目前为止,《谁认识马云》已经重印了 19 次。读者对本书的青睐以及对马云的热爱,令我十分感动。有位读者说了一件有意思的事情,她有一次逛书市偶然发现这本书,于是买下来计划送给她丈夫看,可是拿回家之后,自己先翻翻却看上了瘾,最后这本书到她爱人那里的时候已成一本“旧书”。另有一位读者在她的博客里说,“我喜欢马云,看了《谁认识马云》后觉得他很够爷们儿”。可见,马云的“粉丝”不仅限于创业者,他已经成为时下很多年轻人崇拜的草根英雄。

这一年多来发生了很多事,无论于阿里巴巴集团还是马云而言,都可谓风光无限:2007 年 11 月 6 日阿里巴巴 B2B 的上市,无论是其本身所创造的股市成绩,还是上市对中国电子商务发展的影响,都将成为 2007 年互联网发展历程中重要的一笔。马云自己则在互联网、IT 领域,乃至资本市场上叱咤风云,甚至被媒体形容为“走向 IT 巅峰的拿破仑”。而在连续担任《赢在中国》两届评委的过程中,马云通过和创业者分享他的创业经历,以及他对参赛选手的精彩点评,这位“语言大师”向人们加倍彰显了他的睿智、灵性和真实,更多的“马云迷”为之倾倒。

图书也是门遗憾的艺术,虽然读者如此热情,给予我们如此厚爱,但我们不敢沾沾自喜,因为我们知道书中还有许多不足。在惴惴不安中,我们收到了大量的读者来信,有鼓励和肯定的,有希望被引见马云的,有探讨创业项目的,有些

读者看书非常细致认真，帮助指出了书中的一些错讹之处，我们非常感激，感到必须要尽快尽可能全面地予以修正，加上一年多来的马云又有那么多新的故事需要做年鉴式的增补，于是就有了这本修订升级版。

相对于阿里巴巴的发展速度，这是一本迟到的修订升级版，让我们赶紧追赶马云的脚步。

总序 梦想年代

1992年，当星巴克股票在纳斯达克上市时，霍华德·舒尔茨春风得意地告诉整个世界“我是一个梦想者”，后来星巴克果然成为世界商业的奇迹；而当保罗·阿伦与比尔·盖茨漫不经心地玩电脑时，其不着边际的梦想在某一天弄出了微软这个全球最大的商业怪兽。

知识经济时代，梦想年代，一切皆有可能。

梦想者的思绪不会停顿，梦想者的灵感源泉也不会枯竭，只是当梦想飘荡到中国上空时，粉红色的梦幻变成了金色的辉煌。

中国经济的整体“牛”市，使许多青年“财”俊的诞生成为顺其自然、水到渠成的过程。尽管他们活跃于不同的领域，“把玩”着属于自己的战略技巧，但他们却有着共同的执著性格和一颗追寻梦想的勇敢的心。

当然，成功与失败此消彼长与亘古碰撞，意味着梦想中总是有人欢喜有人忧。有实现梦想的达人，但更多的人则是从梦想的巅峰失足跌落，或从梦想的破灭中失声惊醒而尝试着重回梦想。

“棱镜”原本为一物理学术语，当复合光透过“棱镜”就分解为光谱；以“棱镜”对人对事进行多维的解析是我们追求的目标。所以，我们陆续推出的“梦想年代，财智人生”系列丛书大抵会有一个中心：“聚焦财智领袖”。两方面基本内容：其一，演绎各业界“大腕”中脱颖而出的领跑者的精彩人生，展示梦想年代的亮丽风采，并追寻其成功的背后；其二，也不忘拾遗补缺，将失败的例子透析给读者，知其然，亦究其所以然，使读者避开梦想中的陷阱，更加接近成功。

格物致知。以史为鉴，历史是洞明得失的镜子；以人为鉴，他人之经历是问鼎巅峰的捷径。时势造英雄，人生是个大舞台。在这个梦想年代，谁都可以拥有自己的梦想，谁都可能实现自己的梦想，你也不例外。

王利芬序 马云与《赢在中国》

当《赢在中国》的36强进入12强的10场节目录制结束时，作为三位评委之一的马云彻底征服了现场的36强、场内与创业相关的观众，以及我们的制作团队，当然也包括我本人在内。

10场节目中，《赢在中国》的36强要逐一说出他们的创业计划，三位评委在这36强中只能选出10强，而且，选出的理由要当面给出。在对36位选手进行点评时，我相信这些个个不同的创业计划全方位调动了马云创业十多年中各个时期和各个方面的积累，他的那些经历一旦遇到活生生的创业案例，他的点评就不得妙语连珠。我所说的妙语连珠不仅是指语言上的，更多的是指他的点评对于每一个案例的针对性和切实的指导性。

从《赢在中国》的立项开始，我似乎就进入了一种创业的状态，期间也曾经历过找钱找人找项目的创业全过程，这几个过程是创业中最为关键的，因为这些粗浅的实践，我似乎能体味到马云对每一位创业者的点评，有许多话我觉得是带着他十多年创业风雨中的体温说出来的，实在而诚恳。细细品味他的所谓创业格言警句，总有一种入心入肺、让人肃然起敬的感觉。

马云的创业始于20世纪90年代中期，真正是从一无所有开始。短短十多年，在市场上拼出了他的一个商业王国，而且是健康的、阳光的。所以，他今天能堂而皇之地坐在我们的评委席上。在一个10年——这样一个许多人不经意就度过的时间内，完全在市场上凭智慧而成功，仅此一点就让人着实敬佩。我们敬佩的不仅是他个人的财富增长，他为国家上缴的税收，他为社会解决的几十万人的就业机会，而且是他本人的优秀。这种优秀当然来自于他创业过程中对艰难险阻的克服，我相信他每翻过一座山，他的优秀就更进一步得到升华。其实，这，才是

团队都被他的诚恳、他切中要害的点评所折服，他每天都有一两个关于创业的精彩名句，这些名句不在于词句的动听和华彩，而是实在得不能再实在的东西。在最后一场，当他谈到此次10天做评委的体会时，他的发言实在让人感叹，其间的情绪和内容的把握让人不由得赞叹他怎么能将分寸把握得那么好。对这一段，我们做后期编辑时，我反复看了几次，几乎剪不下去一个字。

马云的创业其实只有十多年，但他却能将自己的创业心得升华并总结成朴实易懂的语言，有许多东西可以算得上是创业艺术了。但凡有一些创业体会的人，无不在他一针见血的点评中了解到了所谈及事情的本质。

2006年9月，马云要在西湖边上搞一个网商大会，同样是为了传导他的创业价值观。这一点之所以让人佩服，是因为做此类事情的人是一个有理想的受激情驱使的人，是一个对社会有极强的责任感的人，是一个不只看眼前或一己之利的人，是一个有一定的精神世界空间的人，是一个释放着人道主义和人文关怀的人，也是我们这个转型时代里旧的价值观已过时而新的价值观又未建立时所需要的人。

在马云身上，还有一点是一般人做不到的，那就是他没有一点虚荣心，他不怕没面子，能十分坦然地面对自己不太成功的过去，连自己的长相也在他自嘲之列。这一点对一个人来说真的并不容易，而且有许多人因为做不到这一点而将自己放大或架了起来，之后要不断地为这个放大的或架起来的自我费许多的精力，要演戏。而马云不用，他台上台下都是一个人，真实地表达自己的不足，也真实地表达自己的才华。我很难想象什么人能将马云忽悠起来，也很难想象什么人能把马云的自信打下去让他自卑。作为人，他始终处在一种极为清醒的状态，基本不失去自我。作为记者，我亲眼看过不知多少人在他们不熟悉的状态下变得不是他们自己，然后他们又要为这种无法控制的变化付出代价。

我记得在2004年达沃斯的年会上，马云最多的是坐在一边的咖啡椅子上看来来往往的人，他告诉我，他真的喜欢这个场合，就是在这里看也是一种学习，我当时也的确就见他各个角落观察。在他说的那个场合，旁边过来过去的人都是如索罗斯之类的举足轻重的全球政界、商界和学术界的精英人物。后来我反复想起他说的那些话，他在那样的场合学到了什么我不知道，但我知道这种状态如果体现为一个温度的话，那就是零度，零度就是永远知道自己是谁，当然也知道怎么做。



目录

改版前言	XIII
总序 梦想年代	XV
刘东华序 谁认识马云	XVII
王利芬序 马云与《赢在中国》	XIX
作者序 网商时代的巨人	XXIII

第一章

网络中国的拿破仑 1

小个子有大智慧	2
教师上了《福布斯》	2
2004 年 CCTV 年度十大经济人物	3
骗子、疯子和身处浪尖的狂人	4
爱“忽悠”的全球电子商务代言人	5
具有全球影响力的“未来首富”	6
阿里巴巴：问鼎全球最大网贸市场	7
全球电子商务第一品牌	7
央视年度最佳雇主：在阿里巴巴工作最快乐	8
进军世界 500 强，做 102 年企业	9