

普
华
经
管

行走

的榜样

中国互联网商业模式
创新50佳

《互联网周刊》杂志社◎编著

行走的榜样

中国互联网商业模式
创新50佳

《互联网周刊》杂志社◎编著

人民邮电出版社

图书在版编目(CIP)数据

行走的榜样：中国互联网商业模式创新50佳 / 《互联网杂志社》杂志社编著. —北京：人民邮电出版社，2006.8

ISBN 7-115-15091-5

I. 行... II. ①互... III. 网络企业—企业管理—经验—中国 IV. F279.244.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第088596号

内 容 提 要

进入21世纪以来，随着计算机多核技术的产生、网络宽带技术的迅猛发展和Web2.0时代的到来，互联网给我们的生活带来了翻天覆地的变化。本书经过精心挑选，从信息、网络服务、社区交友、网上交易、无线互联网5个方面，选取了近年来涌现出的50家新兴网络公司，通过《互联网周刊》近30名记者的深入采访，集中描述和分析了这些优秀公司的企业故事、商业模式以及创业经验。相信本书对那些正在创业或准备创业，但又苦于找不到合适的方式与经验的互联网创业人士一定能有所帮助、有所指导。

行走的榜样

——中国互联网商业模式创新 50 佳

-
- ◆ 编 著 《互联网周刊》杂志社
责任编辑 李耀东
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：16.5 2006 年 8 月第 1 版
字数：200 千字 2006 年 8 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-115-15091-5/F · 818

定价：28.00 元

读者服务热线：(010)67129879 印装质量热线：(010)67129223

多核技术的产生、宽带技术的迅猛发展和Web2.0时代的到来，给互联网企业带来了新一轮的发展机遇。一张张更为年轻的面孔，一个个更富有激情的创意，一笔笔更加期待的风险投资，在创造了一个又一个财富神话的同时，也给我们的生活带来了翻天覆地的变化。本书经过精心挑选，从信息、网络服务、社区交友、网上交易、无线互联网5个方面，选取了近年来涌现出的50家新兴网络公司，通过《互联网周刊》近30名记者的深入采访，集中描述和分析了这些优秀公司的企业故事、商业模式以及创业经验。相信本书对那些正在创业或准备创业，但又苦于找不到合适的方式与经验的互联网创业人士一定能有所帮助、有所指导。

网络时代的商业精英

互联网周刊 鼎力奉献

《互联网周刊》以关注和推动网络时代的商业变革为核心理念，已成为网络中国极具影响力的新闻类商业周刊。1998年，《互联网周刊》应互联网大潮而生。“全世界计算机联合起来，Internet就一定要实现”的理念，宣告了中国互联网启蒙时代的到来。创刊八年以来，《互联网周刊》一直致力于积极推动商业互联网在中国的发展，赢得了社会各界的广泛认可。《互联网周刊》的核心读者群为视野开阔、富有活力的企业管理者和专业人士，他们构成了商业社会的中坚力量：他们敏锐、有创造力，且敢于实践，他们使技术的商业价值得以体现，他们对网络时代的商业变革起到了决定性作用。周刊的读者来自于互联网及IT、电信、金融、政府、传媒、制造、家电与零售、交通等众多领域，对于商业决策拥有很强的话语权。

《互联网周刊》由中国科学院主管、科学出版社主办。面向全国发行，单期发行量15万册。

互联网周刊 鼎力奉献

封面设计：刘金华

| 序一 |

承蒙《互联网周刊》的厚爱，让我为这本有着沉甸甸分量的书作序。

中国互联网的发展，虽然时间很短，但却经历了一段波澜壮阔的历史。还记得大学里念书的时候，面对着386的电脑，手捧着COBAL语言书，小心翼翼地敲打着键盘，经历着一次又一次死机的烦恼。可在我们这一代走出校门到今天的十年时间里，以乘数效应递增的计算技术和网络技术相结合，计算机和互联网给我们的生活带来了翻天覆地的变化。在我们越来越离不开电脑屏幕的同时，也创造了一个又一个互联网的创业和财富神话。很有幸，我成为第一代中国互联网创业者的一员，和我的创业团队、合作伙伴、竞争对手、客户以及员工们一起，创造并见证了这一段历史。回首往昔，翻开这段历史的每一页，都是那么惊心动魄。我曾经说，创立于1999年的盛大网络随时都有可能“死去”，因为他年轻，因为他永远面对的是一片未知的“蓝海”，因为他面临太多的风险和不确定性。这也是中国第一代互联网人所面对的共同问题。

大浪淘沙。在众多名字不断消逝的身影前，盛大网络不仅经历了生死的考验，而且非常稳健地生存了下来。和我们一样，新浪、网易、阿里巴巴、百度、携程……这些掷地有声的名字，共同组成了当今中国互联网事业尊严的维护者。成功各有道。但是在这些企业成功的道路上却都深深地镌刻着两个字：执着。执

着可以帮助我们塑造战略方向的领导力，执着可以帮助我们凝聚核心竞争力，执着可以帮助我们提升执行的战斗力，执着可以帮助我们创造更多的顾客价值。互联网行业的迅猛发展永远不可能让“第二名”成功，因此看清楚发展的方向，并且近乎偏执地锤炼我们的意志、团队和管理职能，显得至关重要。我一直在思考什么是真正的互联网精神，风险？创意？应变性？扁平化？好像都流于表面，唯有“执着”二字，得到了我内心的呼应，也成为我和业内好朋友们共同的价值观。

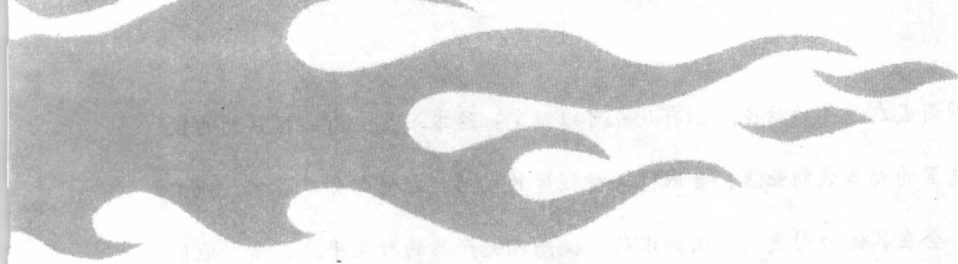
多核计算技术的产生、宽带技术的迅猛发展和Web2.0时代的到来，给互联网企业带来了新一轮的发展机遇。一张张更为年轻的面孔，一个个更富有激情的创意，一笔笔更加期待的风险投资，又涌进了中国互联网的市场。事实上，互联网行业和其他行业发展相结合，营造了更大的创业空间和成功的可能性。内容为王的时代已经到来，而围绕着内容的运营和应用的一系列创意、产品和技术，都已经接近了玻璃天花板的最顶端。此时此刻，唯有整合者，才能突破瓶颈成为最终的领跑者。整合并不是简单的叠加，它需要核心竞争力的累积，它需要看到“蓝海”的眼光和勇气，它需要协调与协同的能力，它更需要执着。人类社会的众多生活和交往方式，都已经在互联网上得到了满足和实现。事实证明，谁能捕捉住这些活动的本质特点和人性本身，谁就越能获得成功。虚拟网络和现实社会，最终会走向良性互融，而作为整合者，机遇和挑战并存。

作为一个“老”的创业者，我从来没有也不会停止自己的脚步。盛大网络做的再大，他也仍然是一家充满创业理想的企业。也希望有更多的志同道合者在这条实践互联网精神和实现互联网理想的道路上，执着地走下去。在此，与大家共勉！

陈天桥

盛大互动娱乐有限公司董事长兼首席执行官

2006年5月5日于西子湖畔



| 序二 |

互联网时代的创新者

Web2.0是几个因素交织在一起的产物。

首先是互联网技术的发展，积累到一定程度，出现井喷。这提供了可以大幅度提高互联网服务质量的可能性。同时，互联网行业整体利润率过高，导致更多资金入盘，使得竞争更加剧烈。最后，互联网用户因为使用经验的积累，对互联网服务提出了更高要求。

Web2.0的终极目标，是使互联网变得更加好用。举个例子：AJAX技术，能让用户在少开窗口的情况下，做同样多的事。但如果什么都用AJAX，将导致网页下载太慢，就不符合Web2.0的精神。博客应用，是高端BBS用户的需求。以人为核心组织内容，便于内容的传播，同时提高内容创作者的热情，能有效提高高质量内容的生产。

任何创新，都充满了危险。但创新又是产生新的生产模式，提高生产力的必经之路。互联网是经济体系的基础设施，互联网上的革新对经济增长的影响，高于总产值相当的非基础设施行业的革新所产生的影响。

随着2006年中国风险投资的升温，我们可能会在5年后，得出2005、2006年

这段时间创新成本过高的结论。但有几点可以确定：这本书里会有回报巨大的投资案例；这里的大多数创业者，会取得某种程度的成功。即使部分不成功，他们所做之事，会在其他公司更大范围地进行，提高相关产品的行业平均品质。他们的创业经历，会给他们以后的职业生涯带来宝贵的、不可替代的经验。

Web2.0最大的受益者，是互联网用户。创新难，创业更难；以创新为核心价值的创业，社会要大力支持。资本和社会要多鼓励那些难做的、对社会有益的事。

希望这本书的读者，以关怀的眼光，看待本书所介绍的创业者们。

他们是互联网时代的创新者。

陈一舟

千橡互动集团首席执行官/董事长

2006年6月

| 目录 |

序一	1
序二	3
第一部分 信息	1
中国博客网：公开的网络日记本	3
58同城：在分类信息中淘宝	7
94POP：音乐共享的生意经	12
悠视网：互联网上的“央视”	17
传视数码：网络电视绕道而行	22
神州亿品：给火车布网	27
大旗：网上的“读者文摘”	32
A8：不走iTunes的“老路”	37
ZCOM：电子杂志“报刊亭”	42
广源：火车上的“分众传媒”	47
土豆网：在播客田里种广告	52
浏览网：杂志产业的服务集成商	57
天维源创：“动漫”媒体制造者	62
互动维客：维基商业化的中国样本	67
第二部分 网络服务	73
全景：互联网上的图片大王	75

源泉：数字音乐的整合桥梁	80
说宝堂：向“机器人”学英语	85
Mapbar：掘金经纬间	90
小I：在聊天中发掘商机	95
饭统网：改变人们的吃饭习惯	100
好耶：网络广告卷土重来	104
周博通：定制互联网	108
Feedsky：网络上的发行商	112
上海火速：网络营销专家的成长秘诀	116
VeryCD：做一家纯粹的资源共享网站	120
Mofile：社区化的网络硬盘	125
奇虎网：可以搜索的互动社区	130

第三部分 社区交友135

天际网：觅金商务人际网络	137
百合：网上红娘	142
新聚网：博客俱乐部	147
天涯社区：人文圈子的“回音壁”	152
千橡：社区“大杂烩”	157
粉丝网：你就是明星	162

第四部分 网上交易167

我有网：将虚拟交易产业化	169
5173：虚拟物品卖出真金白银	173
易巴特：给易货业加点IT	177
价格通：网上购物的价格指导	181
网众：团结就是力量	186
YeePay：支付多面手	191
云网：“全数字化”电子商务	196
K68：数字化工作擂台	201

第五部分 无线互联网205

摩网：手机上的互联网	207
万蝶：移动博客试飞记	212
乐视移动：手机电视的造梦者	217

掌联科技：移动广告我先行	222
锋众：手机上的3721	226
亿美软通：移动信息化的生意	231
酷鹏网：电子优惠券平台	236
银河传媒：条码中的超媒体梦想	241
龙潭：用户行为模式背后的商机	245
后记	251



第一部分 信息

信息应该说是互联网自诞生之初最原始的价值。在今天，信息也仍然是互联网创新的主题之一。而网络电视、列车电视、分类广告、WIKI（维基）、电子杂志等形态的出现，更是大大丰富了信息类网站仅靠广告赢利的单一模式。

Wiki（维基）的创始人也许不会想到，这样一种类似“涂鸦板”式的技术形态发展到今天竟然会展现出如此旺盛的生命力，从全球到中国，它已经衍生出了大量名目繁多、种类各异的Wiki站点，在新一轮的互联网浪潮中已经成为一个不容忽视的创业方向。知识共享和协作创新的模式和精神也在这一过程中，逐渐形成了一股谁也无法忽视和回避的强大力量。互动维客便是将搜索技术与维基的开放性特点巧妙结合起来，形成了网上黄页的独特价值。

博客是继E-mail、BBS、IM（即时通讯）之后，出现的第四种网络交流方式。同任何新兴的互联网应用形态一样，博客的商业价值不容置疑，甚至被认为将重新定义互联网。因为互联网就是内容产生和提供的平台，而博客改变了内容产生的方式。尽管目前的博客网站仍然以广告赢利为主，与传统门户网站相比在模式上的突破意义并不大，但有一点值得关注，那就是，目前博客、播客等为个人提供个性化表达平台的网站，其对用户的黏度似乎可视为对未来的一种保证。

分类广告网站最初流行于美国。从2002年开始，国内陆续有此类网站出现。在分类广告网站上，人们可以按照类别免费发布诸如房产、家政、聚会及招聘等广告信息。它们带有社区和娱乐性质，浏览网站的人并不都怀有特定的购买目的，很可能只是去看看自己家周围有哪些服务，有哪些东西值得购买。正是因为市场广阔，而今，新浪、网易及搜狐等大型门户网站也都拥有了自己的交易频道。这让在此领域里创业的小公司颇有些在夹缝中生存的味道。

| 中国博客网：公开的网络日记本 |



现在，有越来越多的人把自己的“日记”放到了网上，不但对所有人公开，而且还想方设法吸引别人的注意，中国博客网所提供的正是这样一个平台。

早在2002年的时候，国内就出现了几家专门做博客托管服务的互联网企业。它们负责提供可供网友写作网络日记的平台，并对平台进行维护和更新。博客网就是其中最早的一个。

开辟互联网新领地

2002年11月18日，出于对美国博客网站发展模式的认同，胡之光的中国博客网在杭州开通。当时的情况是，美国一些博客网站把个人博客站点定位为严肃的个人出版和言论空间，并对使用服务的网民收费。

中国博客网成立之初，几家海外上市的互联网公司正在低谷徘徊，受到沉重打击的创业投资机构从中国全面撤退，互联网由于缺乏更好的盈利模式进退维谷。尽管2002年年底的时候，我国的网民数量已经达到5900万，但这并未给国内的博客网站带

来多大的效益。

到2003年年底的时候，中国博客网的注册用户已经达到10万人——尽管相对于同期7800万的网民数量还微乎其微，但快速的增长势头已经让他们欢欣鼓舞。

近两年，越来越多的网站开始提供博客托管服务，博客的概念也得到了更广泛的普及。事实证明，使用博客服务的网民数量正以极快的速度增长。2005年底，我国的博客用户数突破1600万。其中，中国博客网的用户数就高达500多万。2006年4月初，清华大学媒介经营与管理研究中心与社会科学文献出版社联合发布了《2006中国传媒产业发展报告》（以下简称“《报告》”）。《报告》认为，2005年是博客大众化元年，全球博客总规模突破了1亿人。这也标志着博客正走向大众化，互联网发展到了个人化时代，并从商业化进入社会化阶段。《报告》还称，经多方推算，2006年，中国的博客用户数将突破6000万人。

以广告为主要营收

门户网站依靠强大的新闻聚合能力，第一时间将新闻呈现在人们面前，迅速而全面。也正是这一特点，门户网站如新浪网用户数高达几千万，每天网页点击量上亿。也正是这一特点，使得新浪网的广告业务量节节攀升，一度成为国内最具价值的互联网企业。然而，和门户网站不同，博客网站只提供平台，不提供具体内容。在这个平台上，用户要自己创建内容。这种情况下，服务的好坏就成为评价一个博客站点的基本依据。

为了适应用户个性化的表达方式，中国博客网提供了多样化的表达平台，比如图片博客、游戏博客、移动博客和音乐博客等。胡之光认为，要满足不同人群对表达方式不同的需求，就应提供不同的平台。

“你可以在博客里写文字，可以上传你拍摄的图片，还能在里面玩游戏，也可以针对某一首歌书写网络日志或者将歌曲放到你的空间里。”胡之光说，“我们提供的移动博客服务，还能帮助你随时随地把你的感想或者照片通过手机发送到自己的博客里，