

NEW

新经济工作室

计算机世界
CHINA COMPUTERWORLD

信息时代的信息食粮

在这里，权且把总裁们基于现实变化

而不断调整企业应对措施的变向行为，称为“总裁拐弯”

它是中国IT总裁们站在其现实水平上与现实的对话

肖春江 著
辽宁人民出版社

总裁拐弯

大转型时期中国企业精英应对策略

总裁拐弯

大转型时期中国企业精英应对策略

肖春江 著

辽宁人民出版社

© 《计算机世界》报社 2003

图书在版编目 (CIP) 数据

总裁拐弯: 大转型时期中国企业精英应对策略 / 肖春江著.
— 沈阳: 辽宁人民出版社, 2003.1
ISBN 7-205-05288-2

I. 总… II. 肖… III. 企业管理 — 经验 — 中国 IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 022786 号

出版发行: 辽宁人民出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印刷者: 深圳鹰达印刷包装有限公司

幅面尺寸: 154mm×227mm

印张: 17.5 字数: 311 千字 印数: 1-6000 册

出版时间: 2003 年 1 月第 1 版

印刷时间: 2003 年 1 月第 1 次印刷

策 划: 张业宏

编 务: 董 喃 瞿文杰

责任监印: 郝云峰 张业宏

责任编辑: 张业宏 董 喃 瞿文杰

封面设计: 张业宏

版式设计: 张业宏 董 喃

责任校对: 崔维诚等

制 版: 沈阳姿兰彩色制版中心

定 价: 29.50 元

电子邮件: newbook@sohu.com

丛书总序

经过认真地编辑整理，我们组织出版了这套《计算机世界》系列丛书，这一方面是应读者的强烈要求，另一方面也是在《计算机世界》报创刊 20 周年之际，向社会各界献上我们的一份薄礼。

由于改革开放的机遇，由于一代又一代读者的关爱，由于社会各界的呵护和支持，《计算机世界》报辉煌地走过了近 20 年春秋，从我国信息产业领域的第一份科技信息类读物，发展成为拥有 20 多万订户，150 多万读者的中国第一大信息产业媒体。这其中通过我们的信息引导，不少有识之士投入到了信息技术领域科学研究与创业的行列；通过我们的信息交流，不少企业把握到了良好的市场机会而脱颖而出。在中国信息产业几十年的发展历程中，《计算机世界》始终以快捷的信息传播和正确的舆论引导而对业界产生积极的促进作用，这是辉煌的一笔，也是业界的共识。

当今时代，信息依然是企业与企业家赢得市场竞争的法宝，也是我们每一个人步入成功的关键。迅速准确而又有效地提供信息是《计算机世界》报义不容辞的责任，我们为此不遗余力。为了突出《计算机世界》报的特色，不断满足读者新的需求，在更加快捷丰富地提供计算机



及信息技术领域的动态信息外，近年来我们进一步加强了技术研究、市场研究、企业研究，一系列报道在信息产业界产生了深远影响。今天我们将这些报道进一步加工整理、筛选优化，从新的角度进行重新编辑，在观点和内容等方面进行升华，以图书的形式正式出版，希望能给读者提供新的选择。

计算机世界 社长
CHINA COMPUTERWORLD



自序

在中国 IT 业，危机这个词，从来没有像 2001 年这样真实、紧张而令人恼火；杨元庆站柜台，王江民下店面，贾红兵遭下课，杨伟强无话说，等等，那些往昔充满个人英雄与浪漫主义的 IT 精英，经历了某种恐慌、失落甚至委顿，或多或少因此而失态。但是，中国的大多数 IT 企业和 IT 总裁，毕竟是一个有着良好理想力、适应力和反省力的群体，他们的失态是暂时的；不久后，他们就会对现实采取一种恰当的姿态，去接受那些必须接受的，去改善那些可以改善的。

在这里，权且把总裁们基于现实变化而不断调整企业应对措施的变向行为，称为“总裁拐弯”。它是中国 IT 总裁们站在其现实水平上与现实的对话。

—

事实上，2001 年 IT 总裁们纷纷做出或“被做出”如此引人注目的动作，只是中国 IT 产业在近几年发展变化中的一次集中且强烈的调整体现而已，也就是说，2001 年 IT 之变是有其前因的，有其上延的，并不是一个孤立年份的孤立事件。国际市场、国内市场起伏跌宕，技术创新层出不穷，管理理念差异发展，这些事件同时而多元素地出现，导致着企业外部环境忽紧忽松地变化，IT 总裁们不得不不断调整自己的应对策略，不断地调整自己企业的信号频率，做出拐来拐去的动作。

即使从最近的 1997 年算起——这一年是影响深远的亚洲金融危机开始年，IT 总裁们也有三次大“拐弯”。1997 年之前，中国 IT 市场的目光放在关注上游厂商上，控制好上游，就是控制好了成本；1998 年，总裁们关注的是企业和商品的品牌建设和维护；1999 年至 2000 年，大家一齐被推向互联网，同时，服务开始受到前所未有的普遍重视，客户终于成了一些企业决策的中心对象；到 2001 年，随着 .com 失势和外部环境的恶化，中国 IT 业总裁们纷纷聚焦管理。此时，管理不再仅是一种诱惑和考验，也不再是应景的抒情、表态与感想，而已成为一种强制——在整个市场低迷的情况下，总裁们除了向管理要效益，一时想不出更好的生财之道。2001 年，的确，总裁们开始真正有意识地把企业由一种靠市场打杀驱动的事业变成了一种由管理约束的谋生手段。



二

如果把中国国民经济看做是一个大市场，用美国 Boston consulting 公司提供的“市场增长率——市场占有率”矩阵来定位 IT 产业在中国国民经济中的定位，目前的中国 IT 产业，应该说已从“问号”产业走向“明星”产业，它短时间不会成为“奶牛”，可能永远也成不了“瘦狗”。中国的 IT 业，从软件业、硬件业、互联网业，甚至通信业，在各个行业内，都处于无差别寡头垄断形势。在每一个细分市场上，市场挑战者和跟随者、市场利基者对市场领导者的挑战，并不真像某些媒体鼓吹得那么大，那么有杀伤力。

社会经济的发展是企业发展的根本原因。IT 企业是镶嵌在整个国民经济中的，且是国民经济中的先锋产业。一直以来，中国的 GDP 都在以每年 7% 以上的速度增长。这样一个数字，足以保证作为国民经济明星产业的 IT 业，没有什么太大危险。

因此，无论是 2001 年，还是上溯到上个世纪末，从整体上看，总裁们的“拐弯”，给中国的 IT 业带来的都是生机而不是伤害。我们看到，无论联想、方正、清华紫光等中国的 IT 骨干怎么被它们的总裁“拐”，这些企业都没有从中心退到边缘，他们仍然是 IT 主体。“拐弯”只是对付危机感的一种措施，由此所造成的紧张更是一种契机。总裁们的行为，在市场上是职业化的，这种职业化既是外在压力下的被迫适应，也是他们将计就计的积极调整。

说上面一段话，是想表明，尽管 2001 年中国的 IT 企业普遍遇到困难，IT 老总们纷纷“拐弯”，但根本没必要对 IT 产业的前景产生悲观的猜测。从整个产业来说，它们与社会经济还是处于良性互动状态。

三

当然，就中国 IT 企业个体而言，由于技术、管理、市场的原因，它们的确存在危机。但这种危机的根源在于企业本身，而不在于社会。具本地说，当前中国的 IT 企业，还没有形成身处强烈竞争商业社会的现代企业人格和智慧。中国的 IT 企业，曾一直被娇惯着的，一直衣食无忧。而现在，市场格局多元化使每一个明星企业个体地位都在下降——这种外在的结构性冲突，无论从品牌影响还是企业各要素上，都使生计问题变得严重起来——结果，作为企业的领导者，总裁我们必须选择“拐弯”。

总裁们“拐弯”不断，但所面临的弯道强度参差各异。在这些不断的调整中，谁驾车技艺高超，谁不掉以轻心，谁反应及时，谁就有可能超车领跑，然后笑上一年

半载；谁不以为然，谁慢上一拍半拍，或拍脑袋定输赢，谁就有可能被人甩下，甚至掉下悬崖。而且，并不是谁买车早，谁拿到驾照时间长，谁就可以拐得到位，因为对于车的行驶状况，有统计说，司机只能掌控 50%。

四

当我们说企业进入了一种正常状态时，实际上就是说它们处于矛盾之中。现在，反省还没有充分完成，但总裁们深刻系统地总结过去，静观现在，审视未来的工作和故事，应该得到记述，因为它从细部上反映了中国 IT 产业发展的历程。

不太容易对“总裁拐弯”做出一个无懈可击的概括。即使说准确了，那也是总结过去。现实不断走动，总裁们的“拐弯”也是一个动态系统。在新的世纪里，总裁们还会不断地拐来拐去。新世纪是从容而有耐力的，有一种源源不断的充沛干劲。

值得注意的是，目前，对待“总裁拐弯”，大家的心理特征仍应是两方面：对现实的批判立场和对未来的理想主义。事实上，即使对那些拐得最厉害的 .com，比如说王志东被撵、王峻涛出走，丁磊掉队——当然，这是一种“被拐”，也不能简单地概括成为一种玩笑。尽管我们从头到尾都看到了许多玩笑成分，但这也是一个必然。即使出于不同的立场不尊重它，但你不能不重视它。

五

IT 圈内有一群“不”家，他们喜欢穿评论家的帽子戴观察家的鞋。如果在文化大革命时代，“不”可能是代表正义的勇气，是先进思想和行为的象征；但在商品经济社会，“不”就未必很新锐。特别是当指点江山的人们指点企业行为和商业明星的时候，总是说“不”，以“不”命题，恐怕有失偏颇。关键是指点的人是在江山的外围，站着说话不腰疼时，你也未必就能伸对手指头。

“不”人的毛病有二：一、对产业没有同情心，只有使用心或利用心。二、自做聪明，很想通过骂名人出名。所以，联想不对，金山不对，华为也不对，张瑞敏有错，吴士宏有错，马云也有错。骂名人是成名人的捷径，“不”者眼里，哪个总裁越有名，缝就裂得越大。

对企业，对总裁们都要有一种正面的理解，这是我们搞文字人的社会责任；从另外一点说，我们真正做了些什么？要明白，人家创造的社会财富比我们多，值得尊重；人家能给老婆拿回的钱也不是我们所比。当然，失败的企业或企业家造成的浪费也比我们大，但是，它为玩笔的人提供了墨，玩笔的人也要冷静地感谢。事实上，笼统而情绪化的拒绝总是于事无补。理想和现实并不是严格对应，可以把理想



作为评判现实的思想尺度,却不可以将其作为要求现实实践的标准。

还是不要刻薄,否则浅薄。因为,最终,科技是我们的科技,产业是我们的产业,虽然钱被他们赚了,名被他们出了。

所以,我们要宣传我们的总裁们,这不仅是因为在商业社会里,他们才是真正的明星,也是因为他们才是我们的公仆。

目 录

001 丛书总序

001 自 序

001 王江民要让对手喝汤

瑞星已经在南京城为代理商订好了房间，但王江民却把代理商“软禁”在郊区：“咱们还要钓一天的鱼，再吃一天的鱼宴。”

杀毒软件市场曾是国内最肥的软件市场，被中关村人昵称或戏称为王老师的王江民，因此而“身心饱满”，气度非凡。但是2001年，随着“Sircam”、“红色代号”、“蓝色代码”、“尼姆达”等病毒的不期而来，随着瑞星、金山等三十几家国内厂商和十几家跨国公司的纷至沓来，江民自叹，昔日光辉岁月不再，原来吃肉，今后只有吃菜了。

当然，被关注的不仅是规则内的竞争；那些来自中关村企业的不正常动作，也应该被记录下来。实际上，就连做了7年企业的王江民也在说：“2001年，我才懂得什么是市场经济。”

但是，在无序的环境里，王江民也只好无序。

上 破坏规则 002

下 桌下动作 005

采访手记：江民、瑞星、金山杀毒市场策略分析 007

009 吴士宏着急

吴士宏把她的万宝路烟递给你。然后，她一根接一根地吸，快速地说，“我已经洗白了”。

“我已经洗白了”这句话，引起了业界对职业经理人和企业家角色转换的广泛讨论。吴士宏在其遭到质疑的TCL日子里，再度成了正面的话题。

TCL信息化不是应吴士宏的要求 010

吴士宏大叫一声 011

是“局”还是“套”？ 012

一天到晚就是这么说的 013

最后一枪，或一年 014

对吴士宏至关重要的两个人 016

采访手记：我已经洗白了 018

金山拿到身份证 020

有人说雷军得罪的人太多了，金山得罪的人太多了。许多人在挑金山的毛病。但是，无论如何，金山的发展，能从很多层面上折射出中国软件企业的成长历程。从这一点上说，我们有充分的理由关注它。

对金山这样的中小企业，做一个准确的定位是困难的：它有时像 A 型血，有时像 B 型血，有时也像 O 型血或 AB 型血。当然，可以肯定的是，金山是一个有勇气、常学习的小伙子。

品牌是第一生产力 021

盗版不变，正版则变 023

文化管理保证了金山身体的完整、头脑的灵活 024

为什么老求没去微软，雷军也没扯出去搞互联网？ 025

为什么没有形成珠海帮，北京派？ 025

雷军读《小说月报》长人情事故 026

金山像是一部《西游记》：一个“悟性”，把悟空、悟能、悟净全做了 027

金山有了信心，雷军口口声声 FOCUS 028

雷军留下点头、摇头权 029

已经跑起来了，金山还在想 030

采访手记：金山开始开辟根据地了 032

皮卓丁逐进“深水区” 033

现任 Adobe 中国区总经理皮卓丁，原来是信奉“温情主义”的，但是穿过联想、Lotus 到达 Adobe 时，他已成了黑脸包公。

皮卓丁是目前惟一一位在 IT 跨国公司中国区任最高职位的非海归派职业经理人，在 Adobe，他最多领导过 5 个人，最少则是 2 个人。这都是因为盗版——就连 Adobe 最著名的产品 Photoshop，在中国的正版率也只有 1%。皮卓丁打击盗版的故事，就像许多爱情故事，这过程是精彩的，但是结局却很无奈。

柳传志“钦点”做销售 034

卖联想汉卡 034

“说我哥们儿义气，你不是也一样吗？”皮卓丁反问柳传志 035

Lotus 拳脚尽施 036

借势政府公关 037

学好英语就能做 Lotus 中国区总经理了 037

较量微软 038

Adobe 盗版难耐 039

使 Adobe 亚洲区老板大开眼界 039

“上海年华”案 040

广州“4A”案 041

专设反盗版经销商 042

046 马化腾 QQ

“你是谁？”“你多大了？”“你是男是女？”“哦！”这是网友评出的 OICQ 上令人为之倾倒的四句话。他们眼见着“开放！我在找你”这个动心甚至动骨的表白正在向自己浩浩荡荡地涌来。

但是，QQ 的主人马化腾却碰到了严峻的问题：

“腾讯领风气之先单独开始收费，一定会死得很难看。”

“一旦要对使用 OICQ 进行收费，我立刻改用 OMMO 或 odigo！”

这样被免费的食客群起攻之，马化腾叹息：“也不看看 OICQ 是什么人在后面撑着，腾讯几乎是白手起家，再不想点挣钱的路子就将很难以继了。”

“其实多看点广告也是很好的。”马化腾说。

“水能载舟，也能覆舟。”QQ 网友说。

卖不掉，自己养着 047

马主任、站长、老板 048

内、外两不怕 049

输官司 050

收费的尴尬 051

采访手记：人情味的城市补丁 052

054 丁亮的“奔驰车”

丁亮怕说这些话得罪人，但还是说了出来。果然，用友打电话过来问丁亮：“我们什么时候成了小‘奥拓’了？创智又什么时候成了大‘奔驰’了？”

自从国内市场重视市场营销以后，炒概念的风气便也随之弥漫。管理软件、ERP、CRM，概念很多，但质的差异却很难界定。坐在北京国际饭店的办公室里，丁亮追求的，是量变还是质变，或许能从其竞争对手用友、金蝶、联想那里得到答案。

Oracle 达不到要求 055

挖墙脚 057

四肢型与头脑型 CRM 并进 058

不会做小的 059

采访手记：丁亮错了 061

062 冯军做信誉

“万一三星、LG、Philip 跑累了、绊到一块石头跌倒了，我们就能超过去，”冯军说。

“CPU、内存、硬盘，顺手卖一个是很容易的，不增加任何固定成本，而边际效益是不断增加的。为什么不做？因为那些东西体积太小了，行业走私太

严重了。强盗的逻辑永远是说‘我不抢钱我怎么活啊？’所以一旦进入那个行业之后，你一定会遵循强盗逻辑：别人都走私，我不走私我怎么活？”冯军说。

因此，华旗资讯干脆不接触那些带有灰色的行业。华旗资讯对市场前三名采取跟进战术，冯军讲的是信誉。

经济学讲究假设，因此，冯军有战胜跨国公司的理想，符合科学精神；市场经济讲究信誉，因此，冯军坚持做信誉，符合市场经济规则。

“小太阳”的升与落 063

“爱国者”正合奇胜 065

2001年12月1日以后的索尼VAIO才是正品 070

采访手记：学习于会后，检讨在墙上 071

何恩培用计 073

用计，是弱对强的需要；是以弱战强，因此很精彩。打一套组合拳，不管对方迷惑与否，都会挨两下。总之，用什么计，都不能相安无事。

在“红色正版风暴”中田忌赛马 074

“斗牛术”战败《即时汉化》 075

“放水养鱼”与豪杰竞争 077

采访手记：弄不明白 079

徐少春和他的“空降兵”相互看 081

一般的民营企业爱犯两种病：惜金如命，“坚持勤俭持家”，不肯下力气去招贤纳士；或是一掷千金，出巨资买个“荣耀”回家，招来的人却不值几个钱。

在人才上，徐少春没少被别人挖墙脚，也没少挖别人的墙脚。中国好的软件管理人才是稀缺资源，如此，他们难挖，却爱跳；如此，挖人者取悦被挖者，很普遍。但无论如何，双方彼此是镜子，哪怕相互欣赏一小时，也能参照着长进。

徐少春眼中的三个空降兵 082

三个副总眼里的徐少春 085

采访手记：进进出出的人才 087

岑安滨速达 089

创业型高科技企业，是呈螺旋型迅速发展或衰落的——如果不能在短时间内迅速发展壮大，就会在短时间内迅速消失无踪。

速达董事长岑安滨说：“别人总问我，速达为什么发展得如此之快？对于一个高科技企业，什么因素最重要？我知道他们等我回答说人才最重要。但是我说，企业所选的道路最重要。”

条条大路通罗马，但要找捷径。

岑安滨的办法很简单：“抄袭”。

越洋寻找好背景、好工作 090

岑、邹结义 091

八九个人十来条枪的小队伍遭到美国人轻视 092

那么大的一个例子明摆着，赶紧拷贝吧 092

如愿以偿 093

融资连锁反应，包里的钱比 .com 还多 095

IDG 共同创业 095

三个名牌股东稳住阵脚 096

手中有粮，心里不慌 097

给股东以望远镜，而不是显微镜 097

不是卖软件，是传播经营管理的智慧 098

新形式的软件广告来了 099

通过专业合作和伙伴销售“中学教材” 100

采访手记：邹其雄二事 105

108 千龙的斗争

千龙网的诞生与发展，是中国舆论界在互联网传媒兴起时代的一项十分引人注目探索。其引人之处在于，中国官方媒体正式大张旗鼓地允许了社会资本的介入。当然，中国社会中，官、商是不能合办新闻媒体的。因此，我们看到了千龙网的斗争。

千龙出 109

打 110

解套 111

千龙模式 112

采访手记：别说挣得少 114

116 蒋亚平喜忧人民网

人民网得益于出身《人民日报》这个媒体名门的背景，也耽搁于运行于《人民日报》这个媒体贵族的谨慎。如果脱离《人民日报》，就没有了得天独厚的有形、无形资源；但是如果依靠《人民日报》，其进一步发展的关键——公司化动作，就必须假以时日，耐心地等，再等。

中文第一论坛 117

不是《人民日报》电子版 118

网络记者 119

孜孜以求“公司制” 120

比央视网、新华网强 121

赵启正为人民网宣传出主意 122

采访手记：处理关系 123

李智平东方不败? 125

东方网是上海媒体界在所谓的互联网时代做的一场难圆的好梦。沪地媒体素有“东方情结”——看一看东方广播电台、东方电视台、东方时报、东方明珠公司等一连串的“东方”，就可窥一斑。其决定了上海人的意识：这个网站一定要叫东方，一定要做大。因此，在东方成立的日子里，人们看到，上海进行了改革开放以来最大规模的事件性宣传。在上海市委有关领导的眼里，东方网是要借着互联网的喧嚣，来圆新经济时代的上海媒体之“东方梦”的。但是，互联网泡沫破灭得太快了，由此，东方网也可能成为那一场游戏中的一场梦。

这曾是一篇被采访对象要求无论付出任何代价都要阻止发表报道。

拒绝“上海实业”三亿投资 126

复制“东方明珠”失败 127

“放卫星”的影响 129

投资是目前重要选择 130

采访手记：上海的小资或大资 131

邓元鋈“三解决” 133

现实是在不断变化的。因此，许多基于现实基础上的分析与结论，也往往落得自己打自己的脸。有断言说3COM行将就木，但这句话刚落地，现实就又变了。

出任3COM中国区老总，邓元鋈是临危受命。但在2001年，邓元鋈领导下的3COM中国，业绩比上一年增长了40%，超出3COM日本市场。这不仅在3COM，就于其他IT跨国企业，也是罕见的。

利用沟通解决3COM中国与总部的分歧 134

利用数据解决订单 136

利用专注解决利润 137

采访手记：外柔内刚的邓元鋈 138

王跃胜做第一网吧 140

2001年第四季度，王跃胜找了一个北大女生，作为飞宇的形象代言人。据说，北大的女生普遍认为，此女孩比“小燕子”赵薇更有品味。

王跃胜在山西经营加油站，富贾一方；来北京捣弄网吧，全国第一。由于其飞宇网吧在媒体上频频露脸，2001年，中国的网吧就像飞机播种一样在各地兴起。

王跃胜对没考上大学一直耿耿于怀。不过，2001年，给王跃胜打工的北大、清华本科生、研究生有50多名。

网吧一条街突然消失 141

网吧开在北大南街 142

名声大震 143

嘴动，脚动，手动也得遭查处 144

现在王总讲的是高科技战略 145

采访手记：眼低手高 146

148 李汉生再选择

与其把当年媒体对李汉生初到方正的评论当作赞许，不如说更是期望。

有人说李汉生离开方正电子而置身于方正数码，是靠边站，但李汉生有自己的解释。在方正数码，李汉生把互联网这件可爱的时装穿到了方正身上，想必没有人再问“方正你懂互联网吗？”这样的仿方正人自尊的话了。但有人说，李汉生为方正做了一个半生不熟的东西出来。

似乎好久没有李汉生的声音了。对于名人，沉默是金这个原则不灵。长时间不出来造一造势，别人不认为你是不想说话，而是猜测你嗓子发了炎。

互联网灵感 149

“E-Media”是李汉生为方正设计的望远镜 150

买壳不投钱，赚了三个亿 151

离开方正电子的四个理由 152

采访手记：李汉生与互联网 154

155 陆首群生产北京模式

近几年来，北京似乎鲜有名牌。家电领域，没听说有北京的步步高、海尔；日用品方面，没见到北京的潘婷、奥妙；北京的切诺基，当年与上海桑塔那、一汽的捷达一起上马，看一看现在路上跑的，就知北京产汽车的市场。就连传统特产“果脯”，也已光色暗淡，不复为民工郑重地带回家。

北京的城市信息化，能不能成为令人信服的“名牌”？

有很长一段时间，网上围绕北京和上海这两个城市的信息水平展开了对比讨论。双方的网上代表都自称第一，谁也说服不了谁，最后以互相谩骂结束了这场口角。

陆首群提出了信息化“北京模式”。北京模式是先进的，但却也是不可拷贝的。因为它的实施需要的是首都特有的资源。

“大北京”概念 156

争取实力部委 157

采取“外包”方式 158

整合网络资源 158

企业入驻 159

电子政务 160

采访手记：北京的城市信息化，能成“名牌”？ 161

季琦扶携程落地 162

“携程的长征已结束，现在的位置是在延安，已没有了生存危险”，季琦说。

携程最终由互联网公司转向了以传统经济为骨架、以互联网为工具（且不是惟一工具）的旅行服务公司。季琦称携程的举动是互联网落地运动。在以科技带动经济发展的进程中，不知这是进步还是退化。

这个落地运动，从现在看，能拽出三个说法：

一、在热时，许多.com可以作为传统企业的融资工具。

二、在冷时，许多.com可以作为传统经济的投资商。

三、.com起到了使传统企业加速触网的催化作用。

泡沫里的酒 163

融资的三个世态 164

向传统靠拢 165

购并现代运通 166

订房中心 167

不挣钱是饭桶 168

E龙如何挑战携程 169

采访手记：携程使.com变成了传统产业投资商 170

章知方“点击”钱 172

和讯网又在进行业务整合。第四次。

由于感慨的频率很高，和讯董事长章知方现在的语气已似事不关己：“都说财经证券类网站最容易赚到钱，可至今谁也没吃过肥猪肉；连肥猪怎么走，都得自己临场设计”。

网上证券交易被互联网理论家们认为是最适合中国电子商务的电子商务。但事实证明，在现有条件下，最适合中国的电子商务，也很难把好梦做得符合设想。

入网 173

整合 175

网上交易 176

采访手记：章知方实话实说 178

宋朝弟的量子理论 180

现在，宋朝弟第二看好中运网，第三看好的是B2B交易场，觉得最有希望“成大器”的是准备在近期出笼的Cleverworld教育网。宋朝弟调了个坐姿，换上一支烟，代表科利华的电子商务也要变。

宋朝弟坚持，只要也只有用好量子理论，网络的发展就能像金庸小说里的武林高手那样，因偶然吃了野灵芝或掉进山洞里碰到奇人而功力大增，从而取得突变性爆炸式发展，达到质的飞跃。冬日的阳光洒在桌上的《福布斯》上，