

三 联 文 库 · 青 草 地 丛 书

资讯时代的英雄



杨逸淇 编著

.67

上海三联书店

资讯时代的英雄

编 著/杨逸淇

责任编辑/张 帆

装帧设计/姜 明

责任制作/钱震华

责任校对/项哲生

出 版/上海三联书店

(200233) 中国上海市钦州南路 81 号

发 行/新华书店上海发行所

上海三联书店

印 刷/华东师范大学印刷厂

版 次/1998 年 5 月第 1 版

印 次/1998 年 5 月第 1 次印刷

开 本/850×1168 1/32

字 数/76 千字

印 张/4.75

印 数/1—7000

ISBN7 - 5426 - 1123 - 2
G·277 定价 7.10 元

目 录

第 1 章 呼唤英雄

1 从《时代》周刊的封面人物谈起	3
2 盖茨情结	6
3 硅谷奇迹	12
4 克隆硅谷	15
5 呼唤英雄	19

第 2 章 网络大冲浪

1 因特网变革	35
2 风景这边独好	38
3 网上忧患	57

第3章 魔道之争

1 威胁与来源	83
2 电脑病毒的前世今生	85
3 黑客：英雄还是大盗	90
4 网络时代的“福尔摩斯”	97
5 信息战	106

第4章 竞争新规则

1 机遇与挑战	119
2 竞争的核心力量：信息技术	127
3 竞争新武器	137

呼唤英雄

第1章

资讯时代的英雄/ 1

1 从《时代》周刊的封面人物谈起

1982年2月,苹果电脑的创始人史蒂夫·乔布斯成了美国《时代》周刊的封面人物。

标题是:不尽财源滚滚来——美国的探险者。

诚如标题所示,《时代》的编辑这次选中乔布斯作为封面人物,与其说是因为个人电脑,不如说是因为乔布斯惊人的聚财速度。在不到4年的时间里,苹果公司的个人电脑横扫天下;至1980年,他已拥有2亿多美元的个人资产,超过了许多著名公司几代人努力所积累的财富。美国航天业巨子休斯公司副总裁艾登·柯林斯愧疚道:“我们就像是小杂货店的店主,一年到头拼命干,才攒到那一点钱,而他几乎一夜之间就赶上了。”不仅如此,在苹果公司股票上市当天,公司内部还产出另外4个亿万富翁和40多个百万富翁。这是一个典型的美国式的传奇故事,乔布斯成为美国新一代企业家的典型和公众的焦点人物。但是《时代》对乔布斯的垂青至今也仅有这一次。此后,随着乔布斯的众叛亲离被赶出苹果公司,这成了一段封尘往事。①

① 注:乔布斯已于1997年底重返苹果公司。

1983年,《时代》周刊又开其创办55年以来历史之先河,破天荒地将个人电脑评为“年度”风云人物。正如奥托·弗兰德里克在封面上撰文所言:“纵观本年度的新闻事件,最具社会影响力的不是某个人而是某种技术进步,这种技术进步引发了社会各个领域巨大而深刻的变化,引导着人类向一个崭新的时代迈进!这就是为什么,在权衡之后,我们认定本年度风云人物的桂冠不应属于人类,而应给予一种机器——个人电脑。”《时代》此举意味着一个新的纪元呼之欲出。

1984年4月,正当而立之年的比尔·盖茨首次成为《时代》周刊的封面人物,他被公认为第一批个人电脑程序的发明人。此后,他被形形色色的新闻媒体频频曝光,一发而不可收。

而到了90年代,自称是“乔布斯第二”的比尔·盖茨与《时代》周刊更是结下了不解之缘。至1995年这种情形更是登峰造极。据统计,盖茨在《时代》的上镜率超过美国总统克林顿,有人戏称他为“《时代》最上镜封面人物”。不过,现在尽管盖茨身价逾200亿美元,远非当年的乔布斯可比,但是《时代》编辑的“选秀”却是醉翁之意不在“财”。

当年苹果公司的个人电脑横空出世,预示着一个新时代的来临,自诩为捕捉时代风云的《时代》杂志的资深编辑在80年代初准确感知并评估了这一发明的

划时代意义。80年代以来,随着个人电脑的普及以及90年代之后交互网络的发展,电脑已经介入了平常百姓的日常生活中,成了人类生存发展的最重要的工具之一。从乔布斯的昙花一现到盖茨的持续“火爆”,也正反映了当代人对资讯时代的普遍感知及对资讯力量的推崇和敬意。财富退居其次,资讯跃居第一。《时代》为盖茨做的标题上似乎也正可以验证这一点:

- (1) 世纪新霸主
- (2) 微软时代
- (3) 未来的创造者
- (4) 赢家通吃

不仅是《时代》,其他如《新闻周刊》、《商业周刊》、《生活》杂志,以及著名的报纸如《华尔街日报》、《国际先驱论坛报》、《纽约时报》、《今日美国》等等也时常连篇累牍地对信息技术的发展作出及时的报道及评述^①。不仅在美国,世界各国的媒介都对此不吝笔墨,人们深切地感受到一个以计算机技术、通信技术、微电子技术为代表的资讯社会已不期而至。

^① 1997年英特尔总裁安迪·葛鲁夫当选为《时代》周刊封面人物。文章的题目是:他的芯片改变了世界和世界经济。

2 盖茨情结

历史上伟人、名人、英雄的作用一直是最为迷人的历史命题之一，历史学家写历史有的赞美，有的甚至崇拜名人。英国著名散文家卡莱尔就以鼓吹“英雄崇拜”闻名。一百多年前，他在《英雄与英雄崇拜》一书中宣称：“世界史，人类在世界上取得成就的历史，归根到底就是在这个世界上有过作为的伟人的历史。”纵然卡莱尔的幼稚遭到了唯物史观的嘲笑，但主张“人民群众创造历史”的史学家，也会强调“杰出人物在历史上的作用”。卡莱尔和他们的不同之点是前者认为“英雄造时势”，后者认为“时势造英雄”。他们都肯定英雄对历史的作用，不过程度不同，推崇的英雄不一定一致。

许多历史学家，歌颂历史上的思想家、科学家。认为对人类文明作出卓越贡献的大师，或虽非大师而其言行足为世人楷模的人，应该受到尊敬甚至崇拜。例如亚历山大大帝创立的帝国，在他 33 岁死时土崩瓦解，但他师父亚里士多德的包罗万象的著作却永垂不朽；英王亨利八世处死正直的大臣莫尔，这位大思想家的形象却因此显得更为高大；英国的克伦威尔从一个革命的领导人变为短命的独裁者，而他的秘书、大诗人密尔顿却流芳百世。当十八、十九世纪之交，拿破仑在欧洲叱咤风云的时候，德国备受欺凌，然而歌德、小洪

堡、贝多芬、黑格尔、高斯 5 位文化巨人却把守住他们的文化阵地，拿破仑最后身死圣海沦岛，而这 5 位巨人创造的成果到今天还为世人享用不尽。

也有人崇拜杰出的文学家，认为他们最能代表一个国家，如意大利有但丁、法国有雨果、英国有莎士比亚、西班牙有塞万提斯、德国有歌德、俄罗斯有托尔斯泰。他们创造的精神财富不光属于他们的祖国，而且属于全人类。

美国以罗宾生为首的史学流派，则给工商业及金融界巨头戴上了英雄桂冠。他们认为洛克菲勒、高尔德和摩根是他们那个时代的真正的伟人。

人们可以从不同的角度演义自己的英雄观。当然，历史还是按照其本来面目运行着。但令人遗憾的是，技术历史人物却常常被人甚至是历史学家冷落。美国历史学家胡克的看法是具有代表性的。他在其代表作《历史中的英雄》中写道：“技术的历史，比起可以跟它区别开来（但并不分离）的纯科学的历史来，是次等人物的历史，是一些福特之流和爱迪生之流的历史。他们因获得赛跑冠军而卓然成家。”

然而到了今天，信息产业正成为世界上最大的产业。一个国家的信息技术和信息产业水平，将决定一个国家在综合国力竞争中的地位。在信息技术领域里呼风唤雨的人物成了人们瞩目的中心。于是，就有了

一幕幕信息时代的好戏：

25岁的“个人电脑业之父”乔布斯被前美国总统里根视为新的民族英雄；

中文激光照排之父王选被公认为“当代毕昇”；

创办埃尔龙电子工业公司，带领以色列人走向高科技希望之乡的乌齐亚·加利勒被冠以“当代摩西”的盛誉；

为各自的技术、产品、市场而穿梭于世界各地的信息业界首脑也都受到各国领导人的礼遇；

而那位穿开领衬衫、宽松长裤、再加一双平底布鞋，面上长着几颗雀斑的高科技巨子——比尔·盖茨更是“三千宠爱集一身”，成了不同肤色的许许多多人崇拜的偶像，尤以曾经是电子第一大国的日本为甚，那么日本人对比尔·盖茨究竟迷恋到什么程度呢？有关这位美国天才的日文书籍已出了十多本，在一些有权有势的人当中，如果你不谈论神话般的“日本的比尔·盖茨”，你就几乎无法探讨日本的未来。已涌现出几所旨在培养一个“日本的比尔·盖茨”的新式的“企业家学校”，而且，除非在自己的领域内被人们冠以“比尔·盖茨”的称号，否则，日本暴发起来的新贵就不算真正获得成功。

盖茨情结所蕴含的历史意义何在呢？日本通产省官员寺泽达也说：“盖茨代表着我们欠缺并希望具备的

每样东西”。简而言之,是企业家的能力,特别是创造力。日本传统的强项——制造诸如电视机、立体声音响和计算机——如今已成为利润不高的行业。近年来,韩国、台湾等其他几个亚洲小老虎已在日本拿手的领域中同日本展开竞争,大规模地生产精密、各有风格并且是高效的产品,而且成本更低。与此同时,像盖茨的微软公司、网景公司和太阳微系统公司等手脚敏捷的美国公司正在编制确立当今多媒体世界标准的软件,从而获得华尔街的好评并赚取大把大把的钞票。

日本人认为,任凭这种情况发生是二战结束以来日本最严重的挫折。因此,目前人们正在寻找一位具备积极进取的商业本性、能够在美国拿手的领域中挫败美国人的高技术天才。但是,事情并不像进口和改进美国技术那么简单。一些日本人正谈论着如何改变他们的整个经济文化,这种文化在培养像工蜂一样忠心耿耿、效率很高的工人方面非常成功,但在培养富有创造力的年轻商业天才方面却不那么奏效。

现在,几乎没有哪个星期不站出一些著名官员或者商界领袖批评日本令人窒息的繁文缛节和单调的一致性文化。日本樱花银行董事长兼实力雄厚的经团联副会长米松写道,他和很多同事对日本的前景“有危机感”,他说:“除非我们日本人学习如何更有创造力地思考,并想出更多的发明创造,否则,日本的前景也许是

暗淡的。”经济企划厅长官田中秀征则把日本的经济比作一辆老式汽车；它也许很快会抛锚，“加汽车油或者换发动机油也无法解决问题——它存在结构上的缺陷。”

尽管如此，官员们仍继续像加油一样投入资金，希望这辆汽车的状况能够改善。正当美国削减预算之时，日本政府于1996年8月通过了一项在未来5年内向科学技术拨款1550亿美元的“总计划”，这笔拨款到2002年将使日本的科技年支出约增加60%。在东京的一位美国分析家说：“有时，这看起来就像日本正在试图买一项诺贝尔奖似的。”日本到现在应该明白，天才不是靠这种方法涌现出来的。日本在1982年曾做过类似尝试，实施了第五代计算机计划。该计划的目的是制造出可像人类一样进行思维的计算机。但是，这项耗资570亿美元历经10年的计划实际上并未产生任何商业价值。而这时比尔·盖茨等人在使全世界发生变化。

日本也有过敢于开拓的企业家。这些人中的大多数是在日本战败后的混乱状态中涌现的，当时由于美国的占领放松了日本经济的管理，并解散了财阀企业联合。这为一批新来者打开了一条道路，这些新来者中有本田汽车公司的创建者本田宗一郎和索尼公司成功背后的动力盛田昭夫。和妻子一道从一间作坊起家

逐渐发展成世界著名家用电器制造商的松下幸之助，形容其公司的起步像“进入未知世界的一次探险”。然而，如今这些白发英雄已是廉颇老矣。近几年，日本几乎没有出现过惊世骇俗的企业家。

日本的企业家为了取得成功不得不向官僚机构持续施加压力。另外，日本很多最优秀、最聪明的科学家和技术人员仍然前往美国或者欧洲工作，并不是因为资金短缺，而是因为这些地方的工作比日本国内的工作有更多的冒险性，更有可能获得成功。

但是，连美国人也不得不承认，如果日本的政界人士和官员进行决定性的变革，像改革管理制度之类，允许一些高技术公司选择发行股票、支持风险资本、鼓励大公司和小公司签订合同等等，那么，新一代的日本企业家成为一支不可低估的力量是不足为奇的。日本潜在着很多创造性和甚至会令比尔·盖茨印象深刻的适应能力。

其实，日本的情况只是一个典型而已。在英国、法国、德国、南非、新加坡、中国……，在世界各地，人们都在寻找自己国家的“比尔·盖茨”，期望能在信息时代的力量角逐中取得控制权，至少是争得一席之地。

高科技的竞争归根到底是人才的竞争。从这个意义上说，在这场没有硝烟的战争中，能够制订行业标准的“比尔·盖茨”们正是难得的可以决胜千里的将才和

英雄。

3 硅 谷 奇 迹

正如曼彻斯特、匹兹堡曾是工业革命的中心一样，微电子工业也有它的中心——硅谷。

在 20 世纪美国的经济史中，取得近乎传奇地位的地点少之又少。华尔街、底特律和好莱坞——这些名字是金融实力、制造威力和迷人魅力的代名词。它们不时控制着经济的其他部门，支配着各自的行业，成为世人瞩目的焦点。现在，硅谷已跻身于神奇之地的殿堂了。

硅谷的历史还不满 40 年。50 年代初期，“硅谷”还只是个水果产地——一块位于加利福尼亚州圣克鲁兹山东北、旧金山湾西南的一片 30 英里长 10 英里宽的狭长地带。一个不起眼的地方，甚至连个名字也没有。当时人们提起它，用的是多少有点绕口的称呼，如“西海岸的电子工业城”、“帕洛阿尔托”、“圣克拉拉县”等。自然，硅谷在那时候也确实不需要特别的名字，因为它的电子工业尚处于襁褓之中，无需什么知名度。1971 年，《微电子新闻》的编辑霍夫勒给它起了个名字：硅谷。半导体芯片是用硅做成的，而硅又恰好是

此地高科技产业的基本产品，因此硅谷是名副其实。这个名字一直延用至今。

从本世纪初起，硅谷的斯坦福大学的电子工程系就已成为世界电子学的中心。当时，电子三极管的发明人弗罗斯特在纽约不得志之后，来到这里以图东山再起。50年代，“晶体管之父”、诺贝尔物理奖得主肖克利回到家乡创业，他的声望吸引着全美电子学领域的众多年轻精英追随而至。如此，在硅谷汇集了技术和人才，播下了日后发展的种子。

硅谷现在已成了高科技产业的代名词，作为微电子技术的摇篮、微电子革命的策源地，硅谷名至实归：仙童公司制成世界上第一块硅集成电路、英特尔公司制成了世界上第一个微处理器、苹果公司制成了具有划时代意义的个人电脑。此外，电子游戏机、袖珍计算器、电子手表、无绳电话都诞生在硅谷这块不毛之地。

40年来，从这个谷地涌现出数千家公司、数百种产品以及难以计数的百万富翁。而如今，正如罗杰斯和拉森在《硅谷热》一书中所说：“‘硅谷’就像是一月间北加利福尼亚地区下的一场雨。起初，雨水浸湿了大地，但不久，一滴从树叶上落下来的水珠与其他水珠汇合起来，不久就把一个个水塘，连成了一条条夺路而走的小河。最后，又汇成奔流不息的大江，硅谷的创业热潮如今已到了洪水汹涌的阶段。”