



长袖善舞

新消费·影响力人物



长袖善舞

新消费·影响力人物

主编/王卫平

国际文化出版公司

图书在版编目(CIP)数据

长袖善舞：新消费、影响力人物 / 王卫平主编.

—北京：国际文化出版公司，2004.5

ISBN 7-80173-290-1/F · 025

I. 长... II. 王... III. ①企业家—生平事迹—中国②企业管理—经验—中国

IV. ① K825.38 ② F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 031483 号

长袖善舞—新消费·影响力人物

主 编 王卫平

策 划 王卫平 叶培红

责任编辑 李璞

美术编辑 王悦

出 版 国际文化出版公司

发 行 国际文化出版公司

经 销 全国新华书店

印 刷 北京瑞宝画中画印刷有限公司印刷

开 本 850 × 1168 32 开

3 印张

版 次 2004 年 5 月第 1 版

2004 年 5 月第 1 次印刷

印 数 1-1000 册

书 号 ISBN 7-80173-290-1/F · 025

定 价 26.00 元

国际文化出版公司

地址：北京朝阳区东土城路乙 9 号 邮编：100013

电话：64271187 64279032

传真：84257656

E-mail: icpc@95777.com

**感谢广东五叶神实业发展有限公司
对本次活动的大力支持!**

代序



“新消费·影响力人物”是以中国大都市主流消费市场为背景，以新经济为代表的。九位“新消费·影响力人物”，都是在中国国内最早涉足以前人们从未涉及过的新消费领域的领军人物，同时，他们也将引领未来消费的发展趋势。

王清宪 《中国信息报》总编辑 经济学博士

新消费领域这九位领军人物，个性鲜明，具有新一代成功人士的共性：观念新、具有超前的意识与创造性、思维活跃、竞争力强。在中国社会经济发生重大转折的时候，他们创业经历颇具传奇色彩，每一个人都具有很强的个人魅力。

张利娜 中央电视台《经济信息中心》制片人 高级编辑



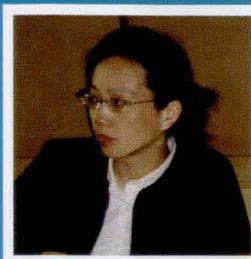


“新消费·影响力人物”所在的行业不是过去我们所熟悉的老的轻工行业，都是新涌现出来的行业，在未来的经济发展中具有发展潜力、生命力，代表了未来的发展趋势。今后应该进一步拓展思路，关注更多的新兴消费行业。比如这几年餐饮业兴起的主题餐厅，因为它将世界各地的餐饮与当地文化有机地结合起来，丰富了人们的消费生活，非常富有特色。

吴汾 《北京晚报》时尚周刊主任

大都市的新消费群体每年都在更新，每年也都产生很多新兴的消费行业。北京的新消费领域在中国的大都市中应该居于领先地位。这些新消费领域更关注人的需求，始终贯彻以人为本的经营思路，往往从人的最基本的需求出发，因此也更具生命力。

陈婧 《京华时报》财经中心主任



“新消费·影响力人物”突出一个“新”字。过去的此类活动多以产业规模和公司实力作为标准。而此次活动一改这一评判标准，不以业内龙头老大为目标。相反，推举产生出的奥美、百度、名人等九位影响力人物，他们从事的都是消费领域极具潜力的新兴行业，都或多或少地改变着我们的生活。今后希望能将美容美发、汽车租赁等行业收入其中。我真心地希望下一届会涌现出更多、更有代表性的新业态。

杨谦 北京商业管理干部学院副院长 《成功营销》杂志社主编



新消费代表的是一种趋势与潮流，而不是热点。因为热点往往会转瞬即逝，不具备一定的生命力。这次评选不搞排名，不做排序，是一个十分新颖的形式。它用科学的发展观来审视企业的发展，它更看重的这一行业是否符合发展潮流与趋势，是否具有强大生命力，是否昙花一现，是否能步入百年发展的行列。其实这个评选本身也代表了消费市场的一种新趋势。

洪涛 北京工商大学经济学院经济学博士、教授



中国加入 WTO 后，市场上各种消费形式都面临着洋品牌的冲击，因此，对本土经济、民族企业应予以大力扶持。这些新消费领军人物，在国外产品和国外经营方式已经大量进入国内的情况下，坚持具有中国特色的管理文化和经营理念，因此具有非常强的生命力和巨大的市场空间。今后应该很好地宣传并扶持一大批本土企业，使他们尽快发展壮大，才能肩负起在新消费领域与国际企业抗衡的重任。

赵绮秋 中国技术市场协会副会长 北京大学客座教授

“新消费·影响力人物”活动创意十分新颖。众所周知，当前各类活动多如繁星，通常采取某某十大的方式来评选。相反，这次评选则从发展趋势入手，对新兴行业起到扶持、推动的作用。比如推举出的物美，尽管它的规模跟沃尔玛、家乐福等国际连锁巨头无法相比，但它却是北京零售业在香港成功上市的第一家，在行业内具有十足的影响力，充分代表着民族零售业发展趋势，很好地诠释了本土连锁业管理模式。

徐延林 北京旅游饭店管理学会理事



代序

在不知不觉中，一些过去举足轻重的行业，正在日益离我们远去，一些新兴的产业在不经意间改变着我们的生活。从普通消费者的角度观察，我们更关心“新消费·影响力人物”今后如何将我们生活的质量提高，这不仅是在物质层面的，更是精神层面的。

陈妍 北京安好创业科技发展有限公司培训经理 （消费者代表）



很多时候，我们往往知道产品，并不知道生产这些产品的公司的领导人。作为普通消费者，我们更关心这些产品给我们生活带来的变化。今天，当我们面对新消费的领军人物时，我们应该感谢他们。同时我们又对他们寄予希望，在未来的日子里，他们的聪明才智还能给我们的生活带来什么变化。

孙立祥 北京第二外国语学院实业集团公司职员 （消费者代表）



过去许多年来，描写企业家成长经历和阐述他们经营理念的书籍出版了不少。这类书籍往往请名人作序，似乎不如此，书的价值就不高。而本书将新消费·影响力人物评选委员会评审委员们的评价语言作为序言。由于这些评审委员包括了资深传媒人士、学者和普通消费者，他们从不同角度对这些人物进行了点评，因此，他们的评价更具有代表性、权威性和广泛性。

新消费领域更关注普通人的需求，新消费·影响力人物更具有平民视角和人文精神，那么本书的内容除了弘扬企业家的艰苦创业精神之外，也有大量普通消费者的评价，这也是我们不找名人，而将评审委员的话作为代序的理由之一吧。

目录

李彦宏 中文搜索引擎的领跑者	2
陆 东 起步幸福加油生活	12
张曙波 游戏界的“指环王”	20
赵柏成 行驶在幸福的大陆上	28
陈晓太 家具界中的“大佬”	36
张文中 本土超市的开创者	42
余德发 名人的“春雷攻击”	52
郑秀康 鞋王的光荣与梦想	60
倪润峰 中国信息家电的领航者	68
技术突破与文化突围	76
后 记	80



李彦宏

评价

李彦宏先生自2000年创办百度公司 (www.baidu.com), 始终以开发最符合中国人使用习惯的搜索引擎为己任, 经过几年的努力, 百度搜索引擎已拥有 1.5 亿个网页、竞价排名客户数万, 搜索联盟客户达 3000 家, 成为世界上最强大的中文搜索引擎, 从此掀开了中文搜索引擎的新篇章。几乎所有的中国网民都知道在百度的搜索引擎上敲上需要的中文汉字, 立刻就可以获取需要的信息, 由于中国网民日益增多, 其市场潜力不可估量。

目前, 每分每秒, 百度以超过亿计的中文网页, 全球独有的“超链分析”技术, 亚秒级的迅速速度, 庞大的服务器群, 接受来自全球各个国家的中文搜索请求。每一年, 通过对数十亿次搜索的响应, 数千万的网民从百度分享到最纯粹的搜索体验, 从而徜徉于信息之海。

新消费·影响力人物评选委员会 2004年3月



当互联网将地球变成一个“村庄”的时候，谁也无法预测它在今后还会给我们的生活带来什么变化？在一个最具发展潜力的行业中当主角，没有人会怀疑这个人的超凡魅力

李彦宏

中文搜索引擎的领跑者

文 / 侯彦军

A

2003年1月24日，2002“首届IT风云榜”颁奖典礼准时开始。

本届IT风云榜有新浪、天极ChinaByte和南方都市报三家强势媒体联手打造。此次评选活动是线上、线下同时进行，推出读者心目中年以来最有影响力、最受读者关注的IT精英。在本次评选中，百度网络技术有限公司总裁——李彦宏先生荣获“首届十大IT风云人物”称号。

如果你压根儿不知道互联网是什么玩意儿，那就不必劳神去弄清楚搜索引擎为何物；如果你已经上网了，那就不该不知道百度——最牛气冲天但又最默默无闻的中文引擎巨子。网民永远希望最快速、最准确、最全面地找到所需信息，要求搜索引擎好了再好，那么百度帮你做到了。人们的要求无止境，搜索技术的发展就不会终结，在这种进化中，百度的中文搜索引擎是焦点，而百度本身注定是一个网络幕后传奇……

百度在线网络技术（北京）有限公司技术支持的“孙悟空”中文搜索引擎，是中国第一个提问式智能搜索引擎。百度搜索引擎的出现，改写了中文搜索引擎的历史，全面引发了中国搜索引擎产业的一场技术革命，为广大的“中国网虫”带来了无限的搜索乐趣。

据业界相关公司统计，目前，百度公司在中文搜索领域中已占领了70%-80%的市场份额，也就是说，如果有10个人在使用中文进行检索，那么不管他使用的是新浪还是搜狐，他们当中的7位或8位都在间接地接受百度公司的搜索引擎服务。

揭下面纱 浮出水面

A

在严冬即将消逝的季节，作为百度网络的舰长，李彦宏已经从桅杆的顶端望到灿烂的阳光。一直平铺到了远方的海岸线上，也可能春天的意义对他而言，是从他1999年踏上北京机场的那一刻由那一缕轻打在他面颊的微风时就已经开始。无论如何，那毕竟是一个东方即将泛白，大雾尚未散尽的早晨。

据了解，百度网站长期以来，一直致力以挑战全球搜索引擎巨头GOOGLE为目标。但李彦宏从“百度”创办之日起一直保持低调，直至最近才频频地亮相。首先他推出了百万富翁大搜索活动，又斥巨资投资一部电视连续剧《众里寻他千百度》，吸引他投资的只是片名的百度情结。



纵观国内的搜索引擎，无论是全球最大的中文搜索盟主百度，还是锋已出鞘的慧聪或3721，无不凭着他们敏锐的嗅觉，各自在技术、人才、资本等方面蓄势待发。同时在信息高速路上，大肆运用合纵联横，跑马圈地等战略，运筹帷幄。在这场惊心动魄，异彩纷呈的市场争夺战中，李彦宏表现出处变不惊的老谋深算。

早在百度提供搜索服务，旗下罗列新浪、搜狐、网易、雅虎等网站时，百度公司就为世人设

置了一张蒙了面纱的神秘面孔。虽然公司成立仅一年半之后，已经在中文检索领域占领了70%—80%的市场份额，对于百度何人所创、有何背景、掌门是谁等疑问，直到2001年评选中国十大创业新锐时，百度掌门人李彦宏才终于浮出水面。

锁定目标 不言放弃

A

低调创业是李彦宏刻意表现的结果，同时与他8年异国他乡生涯经历及个性有关。天蝎座的他有着属于这个星座的鲜明个性特征，做事沉稳，对于设定好的目标一定会不达目的誓不罢休。他创业立世的骨牌是锁定目标，不言放弃。

自古英雄不问出处。李彦宏来自于一个普通工人家庭，兄妹五个，他居老四，上有三个姐姐，三姐早年以优异的成绩考入北京大学，当他1991年从北京大学信息管理专业毕业后准备去美国攻读硕士学位时，三姐已早他之前越洋美国。对家境贫穷的他来讲，既然要选择实现自己的理想，就必须忍受煎熬，过清贫的生活。有意思的是在美国最实惠的食物就是用较少的美分在周日赶往超市采购回一周的粮草——满冰柜的鸡腿。也就是说鸡肉即主食。也可能积蓄了过多的“鸡”因，他每天像鸡寻觅食物般不停地啄食着异国文化和最新的信息技术。

李彦宏在美国读的是计算机专业，出国前他总听人说中国人在美国学校里成绩如何如何好，美国人如何如何笨，所以对学习上的困难没有足够的估计。后来发现，在计算机专业里，很多美国学生也很厉害，程序和玩电脑的能力让人叹服。

计算机这一行很实用，所以即使在90年代

牛刀小试 脱颖而出

A

初美国经济不景气的时候，外国人也能找到工作。当时他在因特网上看了不少招工广告，胡乱地发了一些简历。没想到很快就有人回复，向他要导师的推荐信。这是一个实习的工作，公司的英文名字是MATSUSHITA，他们做的正好是他在学校里的研究课题，这样就不需要放弃在读的学位，而正式的工作则需要立即放弃学业。况且中国学生拿到暑期实习的机会并不多。然而一切平静下来问题就出来了：他的导师在光学字符识别这一行是权威，其实他暑假可以在学校帮他做些研究工作，而MATSUSHITA这个名字他从来没有听说过，以导师的身份，会牺牲自己的利益，为他去这样的地方而写推荐信吗？

但是他是多么想出去看看外面的世界！想来想去，还是决定硬着头皮去跟导师讲，说有一家小公司想让他去做暑假实习，人家要导师的推荐信。导师问是哪家公司，他于是说出了这个拗口的名字，没想到导师说他知道这家公司，而且欣然同意为他写推荐信。

他要去实习的消息很快在周围的中国留学生中传开了，当时他并没有对自己的工资有保密意识，所以很多人都知道他要去的公司给实习生多少钱。同等条件下这家公司给的待遇之高闻所未闻。有趣的是当他的同屋——一位从香港来的学生问他是去哪家公司时，他只好重复了一遍那个拗口的名字，同屋大惊：“你不知道这家公司？这是大名鼎鼎的日本松下呀！”原来如此，日文被译成英文后读起来非常拗口，而且与中文的念法风马牛不相及，他那时刚到美国，不谙此道，闹了笑话。对于导师为什么知道这家公司，而他们为什么出大价钱来招实习生等等也就毫不奇怪了。

李彦宏在位于普林斯顿的松下信息技术研究所一呆就是三个多月，这三个多月对他后来职业道路的选择起了至关重要的作用。这家研究所成立的时间并不长，这里的人都是高薪从各地挖来的。每年招的实习生，也都是美国各名牌大学计算机系的博士研究生。这是松下在北美惟的一个计算机技术研发中心，松下虽然是日本公司，却没有一个日本人。

工业界的气氛与学校大不一样，虽然都是在搞研究。学校里研究的基本上是一些长期课题，问题早就提出来了，大家花很多精力去慢慢寻找方向，多年来总是在研究同样的问题，希望能从理论上解释那些问题。公司里则偏重于发现问题、提出问题，所以松下的很多研究项目都是他在学校里从来没有想过的，这些问题的解决办法也许并不难，但是问题本身被提出却非常有意思。他一下子就被这种“耍小聪明”式的研究吸引住了，他喜欢提出问题胜于解决问题。

普林斯顿是一个宁静美丽的小城，著名的普林斯顿大学曾经养育了爱因斯坦等大科学家，同时这里也是工业界、尤其是IT工业界的一个研究基地。许多公司都在这里设有研究开发中心。

当时，《华尔街日报》常常会有一些有关中国经济发展的文章，很吸引他。他知道祖国在变，经济在迅速发展，但是作为一个学计算机的人，他对IT方面的文章更加感兴趣，有些大块头的文章现在记忆还很深刻。其中有一篇是关于微软的盖茨是如何打败电脑巨头IBM的，文章里讲到盖茨访问IBM时看到公司里的东西多年都未变时，他意识到IBM已经落后了。文章还讲到在一

年一度的拉斯维加斯COMDEX会议上,盖茨如何公开反叛,向IBM挑战。而只有当事情发生之后,IBM的管理阶层才意识到微软原来已经有实力不跟着IBM的指挥棒转了。这篇文章使他逐渐意识到,高科技产业的竞争,其实技术本身并不是惟一的决定因素,商战策略才是真正决胜千里的关键。

后来,他认识了一位该领域中泰山北斗式的人物,帮他在权威的刊物上发表了一些研究成果,引起了反响。勤奋的结果使他最后被道·琼斯看中,担任了公司的高级顾问。随后他又到了硅谷,在这里他实现了“做大家都需要的东西”的理想。1996年他从“科学引文索引的机制”中得到启发(这一机制简单说就是谁的论文被引用次数多,就是权威论文),创建了超链分析法。1999年7月6日,李彦宏作为此项技术的惟一发明人,获得美国专利和商标局批准的专利。接下来百度公司在美国成立,他获得了首次120万美元的风险投资。李彦宏终于淘到了第一桶黄金。就这样,他的事业在一片高昂的羌笛笙歌中开启,默默无闻的他,迅速引起了硅谷业界的关注。正如他在硅谷所著的《硅谷商战》中所言,“对于互联网,硅谷简直就是创业的天堂”。在目睹了很多高科技创业者的起伏,体味了发展过程中的万千滋味后,此时的李彦宏已基本上完成了从学问型向管理型的蜕变过程,他已脱颖而出成为一位优秀的高级管理人才。



从1996年开始,李彦宏每年都回国进行市场考察。当时在领跑信息网络的是一位叫张树新的女士。她曾经在北京中关村那个被称为“中国硅谷”的南大门零公里处树起一块巨大的广告牌:中国人离信息高速公路有多远——向北1500米,引起哗然。如今纳斯达克的号角似乎有点暗哑了,遥远了。但国人毕竟经受了网络概念的冲击。

李彦宏凭着感觉,认为中国网络市场不够成熟。一直坚持到1999年以后,COM热潮在中国的迅速涌热,门户网站广告铺天盖地,上网成为时尚。而与之相对应的是商业运作积极的网站背后技术支持薄弱、欠缺,尤其中文搜索引擎方面,中国几乎是一片空白。他意识到创业的机会来了。不久以后,他同好友徐勇先生于1999年底回国共同开辟中国市场。

值得一提的是,早在1996年4月,李彦宏到赌城拉斯维加斯开一个有关信息检索方面的学术会议,会议的内容就像拉斯维加斯的天气一样,照例比较枯燥乏味。但远离公司的李彦宏,却难得有一个静下心来认真思考问题的机会。就在听一个毫不相干的论文演讲的时候,李彦宏突然把科学引文索引的机制跟Web上的超级链接联系起来了。这就是前面所提到的超链分析法。李彦宏先生给这个原理取了个很人文的名字,叫人气质量定律,也叫搜索引擎的第二定律。而以前使用的搜索引擎技术可以界定为第一定律,即早在互联网出现之前就被学术界广泛研究过的相关性定律。这个领域那时叫情报检索,或信息检索,也有叫全文检索的。早期的搜索引擎如Infoseek, Excite, Lycos等,它们基本上是沿用了

前网络时代的技术，对相关性排序没有突破。而根据李彦宏的第二定律，搜索结果的相关性排序，并不完全依赖于词频统计，而是更多地依赖于超链分析。这是搜索引擎技术领域的一个突破性的发展。

2001年百度又推出新的服务，名曰“竞价排名”。这称为李彦宏提出的搜索引擎第三定律——自信心定律。根据这一定律，搜索结果的相关性排序，除了词频统计和超链分析之外，更注重的是竞价拍卖。谁对自己的网站有信心，谁就排在前面。有信心的表现就是愿意为这个排名付钱。以前的搜索引擎都是靠CPM来收费的，而CPM是从传统广告业借鉴过来的，传统的网络广告没有考虑网络媒体即时性、交互性、易竞价的特点，而竞价排名，点击收费则是为网站拥有者直接提供销售线索，而不是传统意义上的广告宣传。自信心定律一改过去搜索引擎靠CPM收钱的尴尬局面，开创了真正属于互联网的收费模式。搜索引擎从诞生的那一天起，从来就不是一个纯技术现象，它融合了技术、文化、市场等各个层面的因素。李彦宏不仅看到搜索引擎的特点，开辟了搜索引擎的新市场，他还看到整个新经济的特点：技术、文化、市场融合的趋势，创造了新的公司文化。

不可否认的是李彦宏创业背景夹带了强烈的“硅谷色彩”，如成功的第一步应该是获得风险投资。据他回忆，他当时准备了一份十几页纸的商业计划书，虽然那不是一份严格意义上的专业计划书，但是它具备了最能吸引投资者注意，而且能够说服他们的理由。他成功了。

2003年6月，北京初夏，天空万里无云，香山一片葱绿苍翠，而李彦宏却没有感到半点轻

松，他深知这个季节对他意味着什么。全公司20多位员工也同他一样，在为公司的第二次融资紧张有序地忙碌着。几次交锋下来，他甚至感到自己疲惫不堪，但心中始终有个声音要他坚持下去。面对风险投资商高深莫测的态度，公司的气氛也随着谈判的深入与激烈，压抑得使人几乎窒息。富有戏剧性的是在全公司还没做好马上要拿下来的准备时，不温不火的投资商忽然决定支持李彦宏的商业计划。投资1000万美元。投资商甚至比他还激动地说：“我们做了大量的考察，我们的决定没有错，我们有理由相信你的能力。”在肯定了李彦宏的成绩后，1000万美元划进了百度的帐上。那也是一个万里无云的日子。第二次融资后不久，百度在深圳成立了分公司，在上海成立了办事处，事业的继续发展为百度的商业模式带来了更大的挑战。

李彦宏对圈内曾传出百度要收购搜狐、新浪等门户网站的消息时说，这其实是个误传。他介绍：“我曾经说要收购.COM，很多人就认为是搜狐、新浪，其实我当时的目标是‘找到啦’网站。但后来因为它的美国投资方不想在中国做网站了，所以‘找到啦’后来就解散了。我当时提出收购是希望迅速把这个搜索市场变大。因为百度以前一直是后台技术的提供商，没有面向终端网页，以至于很多人不知道百度，虽然会天天向百度服务器法搜索请求。我之所以提出收购.COM就是因为他们在网站宣传上花了大笔的钱，有较高的品牌知名度，而且，我们要找的网站是主营业务发展不太好的，在这种情况下，如果百度可以和他们合作的话，效果会更好。比如我收购了台湾的一家搜索引擎公司。对于那些没谈成的收购，我们就自己做了。这样虽然稍慢一些，

但对产品的控制和技术先进性更有保障一些。至于今后在收购方面的想法,我想完全要根据业务发展的需要,用收购的方式也可以达到目的。因此,也不排除使用收购的手段。”

展望未来,李彦宏的创业激情不减当年。

激情状态是一种高密度的生存状态。如牛顿的万有引力,无处不在,无处不有,我们无法平息风起云涌的激情。但值得诠释的是李彦宏却能够做到轻轻松松进入工作状态。

平时他喜欢到高尔夫球场去打打球,陪朋

友聊聊天。他希望工作尽量在休闲的过程中完成。比如对员工,他也没有像一些大企业老总青面獠牙刻意要求员工准点上班等等。而且上班期间,员工可以随意玩玩游戏,绝不会因为网上娱乐而被扣发工资。事实是极度的信任,赢得了忠实的回报。任意晚上几点到公司,都有员工在努力地加班加点工作着。团队精神成了李彦宏津津乐道的管理秘笈。难怪《中国青年》杂志竟吹嘘他是一位吹着口哨创业的CEO。



人物白描

李彦宏,秀才模样,身材中等。衣着简单,休闲款居多。谈话时常常挂着微笑,对女孩有极大的杀伤力,曾获2002年度IT精英酒会的最佳先生称号。最头疼的事是飞来飞去,时差经常颠倒。风趣幽默是一特点,闲暇时喜欢打打高尔夫球。三口之家,是一个非常有责任心的一家之主。饭量很大,但最怕吃鸡。最大的优势是无论其野心多大,天生一副诚实可爱的面孔,击对手于无形。

采访手记

寂静的夜晚,思绪摇曳,拜读李彦宏所著的《硅谷商战》,感慨万千。

记得第一次见面是在丰台的一家酒吧。当时正在苦苦等待的我突然眼前一亮——他出现了:剑眉大眼,棱角分明的嘴唇,那么温文尔雅,英俊洒脱,是那种让女孩情不自禁就会心动的帅气。当时我想,靓男、名车、辉煌的事业,这是否就是当下所流行的酷毙了的那种。

在桌前坐定,我们随意聊着,同乡于外乡谈话最多还是家乡。他的成长可以排列为:多兄多妹导致了贫寒,贫寒造就了勤奋,勤奋塑造了性格,性格决定了追求。他总结,只要你做事热情、

用心,你会发现你并不比别人差。就这样为了追求,多少年来李彦宏一直在狂想与激情中燃烧着,搜索引擎给了他这种激情的空间。许多贫困、饥饿、孤独的日子就这样一个被他的激情追求燃成灰烬。他可以昼夜工作,于是他的激情又消融在竞价排名、百万富翁大搜索等精彩策划中。他的事业情结使他的人生有时充满了悲壮的情怀。他常常透支的身体里熔铸着坚韧的个性。他准备为梦想而接受生活给予的一切苦难。当然,还不只是他一个人在孤军奋战。他有一个温馨的三口之家,爱女、贤妻。她们在给予他支持的同时,也为他无尽的求索赔付了不计其数的假

日和温情。她们已经习惯把生命浓缩成温馨的思念，最后横亘心头的是天籁不喧，大爱无声。

李彦宏，1991年毕业于北京大学信息管理专业，随后赴美国布法罗纽约州立大学完成计算机科学硕士学位。在美国的8年间，李彦宏先生先后担任了道·琼斯公司高级顾问，《华尔街日报》网络版实时金融信息系统设计者，以及在国际知名互联网企业—INFOSEEK的资深工程师。他最先创建了ESP技术，并将它成功地应用于INFOSEEK/GO.COM的搜索引擎中。GO.COM的图像搜索引擎是他的另一项极具具有应用价值的技术创新。1996年，他首先解决了如何将基于网页质量的排序与基于相关性排序完美结合的问题，并因此获得了美国专利。1998年，李彦宏先生根据在硅谷工作以及生活的经验，在大陆出版了《硅谷商战》一书，获得了各界的好评。1999年底，携风险投资回国与好友徐勇先生共同创建百度网络技术有限公司，2001年被评选为“中国十大创业新锐”之一。2002年首届IT风云榜，李彦

宏获得“首届十大IT风云人物”称号。

回忆起这几年IT企业，在“烧掉”了几个亿的风险资金后，我们年轻的网络业CEO都明白了一个铁的事实，那就是对企业而言，赚钱是重要的，生存是根本的；他们创造世界，也创造着世界中的自己，所以他们不得不忍受辉煌来临前的一切考验。但值得肯定的是互联网必将影响人类的生活。可以为这一观点佐证的是2002年11月，美国GARTNER研究机构发表一份报告称，到2002年以后，中国互联网用户超出美国的可能为90%。届时，中国将成为世界最大的互联网国。

张朝阳在李彦宏所著的《硅谷商战》中对李彦宏有以下荐语：我非常荣幸地向大家推荐李彦宏先生。他是一位最有成效的优秀网络工程师。热情关心祖国的网络技术发展。对历史战略和现代商战，金融运作，特别是对于建设中国硅谷，规范技术竞争与投资市场环境，把握稍纵即逝的网络新媒体时代有着独到的见解。因特网作为未来时代的根本标志是20世纪的技术制造，是世界

历史上最大的社会革命，告示着新媒体时代的来临，同时更应为新媒体时代在中国的发展而欢呼。

借哲人的箴言结束我简短的荐引：智慧者领导潮流，勇敢者追赶潮流，失败者无视潮流。随波逐流的是死鱼，只有活鱼是逆流而动的。愿您是那逆流前进的智慧者！

