



中国十大经济品牌
中国经济脊梁
“双百”评选
2010

百名卓越企业家
百家明星企业
候选展台

李彦宏 ——新一代互联网的权威专家

出生于1968年11月，山西阳泉人。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资深工程师，是新一代互联网技术领域的权威专家。



李彦宏为道琼斯公司设计的实时金融系统，迄今仍被广泛地应用于华尔街各大公司的网站，其中包括《华尔街日报》的网络版。

李彦宏最先创建了ESP技术，并将它成功的应用于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。

先后荣获中国十大创业新锐之一、IT十大风云人物、京城十三新锐、中国软件十大杰出青年称号。

百度公司

于1999年底成立于美国硅谷，百度的名字寄托着百度公司对自身技术的信心，另一层含义就是突破“事儿做到九十九度就是做到头”的西方说法，百度就是想要力争做到一百度，做到网上开花。

百度公司不同于一般意义上的网络公司。它既不是着眼于互联网内容的提供，也不是门户网站，而是一家立足于自主掌握并提供互联网核心技术的技术型公司，是中国最优秀的互联网技术提供商。

百度公司自进入中国互联网市场以来，就一直以开发真正符合中国人习惯的、可扩展

的互联网核心技术为使命。百度所坚持的目标就是为提高中国互联网的技术成分，帮助中国互联网更快地发展而努力。

百度的出现为中国互联网树起了一面旗帜，彻底打破了原来中国互联网依赖于外国网络技术的局面。

百度拥有全球最大的中文网页库，目前收录中文网页已超过20亿，百度每天处理来自超过138个国家超过数亿次的搜索请求，用户通过百度搜索引擎可以搜到世界上最新最全的中文信息，使百度成为搜索的代名词。

张蓝 ——山花烂漫时，唯有花枝俏

俏江南集团董事长张蓝，出身书香门第，年轻时去加拿大。1991年回国，随后投身餐饮业，经营起一家名为“阿蓝酒家”的川菜馆。2000年，她创建了“俏江南”。这是一家在北京最顶级写字楼、且充满现代艺术气息的川菜馆。

多年做餐饮的经验告诉张蓝，有强劲消费能力的人对餐厅的要求是要有品位，有舒适的环境，有色香味俱全的卫生食品，而且价格要适中。正是针对这个消费群体，张蓝以其量身定做出一个集美食、时尚和艺术空间于一体的高档餐厅“俏江南”。几年后，“俏江南”已经成长为在全国拥有20家高档连锁餐厅的大型餐饮集团。《华尔街日报》甚至撰文称其创造了“中式餐饮的新概念”。



张蓝不喜欢用“女强人”来描述自己。在她眼里，“女强人”给人“高处不胜寒”和冷冰冰的感觉。她把自己的成功归之为直觉和突发的灵感以及做事情“太专注”。如果还要加上什么，恐怕就是女人的不功利带来的平和心态。她的办公室里零乱地放着一些陶瓷和玻璃的盘子，像一个爱玩“过家家”的小女孩，她喜欢摆弄各色各式餐具，试图创造出最理想的色彩和造型搭配。就是这样，张蓝用

她那颗温柔的女人心进行着看似轻松却事关重大的日常工作。

不屑做“女强人”的张蓝却引领了中餐的发展新趋势，她的专注和敏锐配合着温柔的女人心态，成就了她的事业与生活。

现在，俏江南公司继续拓展市场，先后在北京已签约的项目包括北京长安街的LG大厦，此大厦的俏江南占据了近5000平米，并聘请世界顶级设计大师菲利普斯达克先生设计，这一举措震惊世界。另外，北京西单的置地星座项目也已正式启动。未来LG与西单置地星座两个项目，俏江南则开始尝试向更高端领域发展，构建一个世界级的高级会所及俱乐部，是张蓝心中一个绚丽的愿景。

责编:袁志彬 编辑:蒋莉 电话:(028)87348824
版式:张彤 校对:陈梅
2010年6月9日 星期三

GUANLIBIANGE

管理变革

渠道变革 | Qudiao Biange

两把火点燃联想大本营

陈旭东:创新渠道提高盈利

□罗小卫

陈旭东晋升联想集团中国区总经理以来一直显得十分低调，然而就是在不知不觉中，其已经对素有联想集团大本营之称的中国区点了“两把火”。如果说效仿整个集团，将中国区也分为成熟市场与新兴市场为第一把火的话，那么这第二把火就是重整渠道部门，筹建一个名为“大联想事业部”的下属组织。

借渠道变革提高盈利

“大联想事业部是联想中国区渠道业务部门正在筹建的一个下属组织，目的是为提升大联想体系的整体竞争力和凝聚力，创造更大的生产力。”5月26日，记者从联想中国区内部获悉，联想中国区正在对其渠道部门进行调整。

据悉，此次筹建大联想事业部是联想在渠道管理上的首次重大变革，目的是期望将联想集团的合作伙伴都归入大联想体系中，目前联想集团为此做了两件事：一是面向合作伙伴的产品征集，二是项目合作。

有渠道合作伙伴也对外证实，联想确实针对渠道商在做此类调整。

该渠道商接受媒体采访时表示，许多渠道商现在都面临获利能力下降的问题。联想需要采取降价等手段保持市场份额，而渠道商要获取最大利润。联想现在的策略是鼓励渠道多产品运作，同时帮助渠道商去推广。

资料显示，2003年至2006年期间，陈旭东担任过联想集团助理总裁兼渠道销售部总经理，因此显然其对渠道合作伙伴相当熟悉，而这也不难理解其有此次筹建“大联想事业部”的想法。

市场有观点认为，联系陈旭东在渠道上的举动，显然是其希望通过对联想合作伙伴的精耕细作来达成上述目标。

“两把火”

“基于对整个市场的认识，我们今年把中国市场分成了新兴市场和成熟市场。”这是陈旭东表达的观点。回头再看，业内普遍认为，这事实上是陈旭东上任以来的头把火，只不过当时各界的注意力主要放在了联想宣布大举进军



移动互联网，与苹果iPhone背水一战之上。

在对中国区市场划分标准上，陈介绍，主要有两个：一个是市场的成熟度。另一个是市场的容量。比如这个地方一年就出100台机器的市场，显然不能作为成熟市场。

“在渠道体系上两个市场策略也不太一样，成熟市场更多是我们重点投入渠道管理，新兴市场更多是通过我们的

分销商，让他们去拓展这个渠道体系。”陈旭东透露。

人物链接

陈旭东： 销售员转型战略家

没有当年对自我的挑战，就不会有今日的实力。陈旭东从北大研究生毕业后，在北大方正做过短暂的软件开发工作，为了改变自己内向的性格，他决定去做销售，1993年加入联想教育有限公司。

在之后的几年中，陈旭东先后在联想内部任职过10多种不同的岗位。除销售外，还有商务、质量、战略等部门。这些经历让他受益匪浅的是，锻炼了他快速学习的能力。“他是一个看重长期战略，不在乎短期利益的人。”联想一位员工告诉记者，陈旭东的这个特质或许与他学概率统计出身有关。对此陈旭东回应：“专业对我确实有帮助，战略思维是一种思维习惯。我喜欢从全局思考问题，描绘全景图。这种习惯会影响我身边的人。”

牵手好乐买 探路者借道进军电子商务

国内领先的户外品牌“探路者”与国内最大的正品鞋电子商务网站“好乐买”宣布达成战略合作协议，至此，好乐买的品牌阵营又增添一员猛将。签约双方的总裁均出席了本次发布会，并就目前我国电子商务领域面临的品牌商与电子商务之间存在的渠道和价格冲突等问题，进行了讨论交流，共同探讨如

何开辟电子商务领域的新天地。

探路者与好乐买此次达成战略合作，将为广大网络消费群体提供了更丰富的品牌产品，优惠的价格，完善的售后服务体系。同时，如此的合作方式也为品牌公司如何介入电子商务领域，如何管理和引导其自身品牌电子商务的发展提供了一个良好的榜样。

好乐买一直希望带给消费者安全、美好的购物体验，而电子商务网站走正品化、品牌化道路也已经成为一种趋势，探路者与好乐买的合作从另一个角度来看，正是顺应了这种趋势，成为传统企业与电子商务相结合的合作典范，是新型电子商务的“探路者”。

(佚名)

营销管理 | Yingxiao Guanli

二锅头：“平民”变脸 意在资本

习惯了在小餐馆亮相的二锅头突然决定“变脸”了。以“蓝瓶二锅头”和年份酒为代表的高端化，红星二锅头打出了自己的“提价”策略。

以京味文化为代表的二锅头，一直以来走的是大众线，被称为平民酒的典型代表，但却靠产量巨大成为中国销量最大的白酒。2009年，红星二锅头销售超过10万吨，营业额达18亿元。

“平民”逐富

“我们的提价实际上并不突然，而是做了很久准备。”北京红星股份一位不愿具名的高管表示，红星二锅头此前就试探性的推出高档品种，如青花瓷二锅头在2009年的业绩贡献率超过三成，“看来市场是可以接受我们的高价的”。

“我们也曾考虑过直接涨价，但涨价其实是一把双刃剑，涨好了会对品牌等有一定的提升；但是如果涨不好，反而适得其反。”这位人士表示。

“由于产能较大，生产工艺的特点，二锅头给市场感觉就是不缺货，很难提价。”知名白酒营销专家廖建勇表示。但二锅头此次决心改变这一面貌。“红星二锅头将推出蓝瓶的高端品种和数量有限的年份酒。”红星股份副总经理朱华表示，红星二锅头将大力推出高端二锅头品种，包括京味文化、红色文化和国粹文化三个系列。

西南大学客座教授、资深白酒专家铁犁分析，红星二锅头不在原有产品上提价，而是通过新品牌提价，实际上考虑的就是稳定原有消费群体的基础上，试探消费者对价格的反应。

提价质疑

在中国白酒界，产品提价要么是因



为原材料上涨，要么是产量受限的“饥饿需求”，对于二锅头来说，两者特征均不明显的情况下，突然进入“提价俱乐部”还是遭受了市场的诸多质疑。

“红星二锅头以前的定位就是大众化。消费者只要看到红星，就能想到那5元钱的小瓶酒，最早的低端定位和突然出现的定位极大反差很难让人接受。”四川一位二锅头经销商表示。

业界的质疑还在于，二锅头是中国产量最大的白酒，年销售额10万吨以上，产量基本不受任何限制。而今，二锅头走上被奉为因稀缺而珍贵的年份酒线，而打出的口号便是“800年酿造工艺”，几乎成为中国现代白酒历史最为久远的白酒。而红星酒厂不过是1949年而建。

“盲目打出历史牌很有可能会造成消费者的抵触，让红星难圆其说。”四川一位白酒营销经理表示。

意在资本

一直以来摆在红星二锅头面前的

尴尬事实是作为中国销量和网络最为庞大的白酒，却始终未在资本市场拥有一席之地。

“低端白酒的利润很低，资本很难青睐这类企业。”铁犁认为，同样打红色文化牌的茅台凭借进入资本市场后，走高端线，获得庞大利润又刺激资本市场的继续追捧。二锅头在全国市场影响甚大，但各地的地域酒大部分走中低端线，对红星二锅头形成了“夹攻”，如果不能在市场和资本上有所突破，二锅头很有可能演变成“地域酒”。

在朱华看来，处于变化关键期的红星二锅头不仅是要提升国内市场，也要走国际化道，甚至也在探讨进入夜场。“我们的开发计划是，让二锅头成为鸡尾酒的基酒，北京的酒吧已经上市了。”

红星、龙徽、丰收3家酒企即将整合成首都酒业集团。“如果一切顺利将在今年考虑借壳上市，实在不行3年内将考虑直接上市。”知情人士告诉记者。

(张明)

王建宙： 两次变革亲历者

□马晓芳

王建宙从来都是媒体追逐的焦点，不仅因为他是中国移动通信集团的掌门人，还因为他的个人魅力。这次，再将他推向媒体聚光灯之下的是中国移动的管理层调整。

中组部5月31日下午宣布，王建宙任中国移动通信集团公司董事长、党组书记；李跃任中国移动通信集团公司总经理。在此之前，中国移动集团只有党组书记和总经理，由王建宙一人兼任。

有分析认为，此次管理层的调整，意味着王建宙的“退休”将搬上日程。在电信行业，很多人都羡慕王建宙，因为他是中国最大的运营商中国移动的总裁，在他任总经理的6年时间里，中国移动一直保持高速增长，每天净利就超过3亿元，收入和利润增速甚至达到30%。

在中国电信行业发展历史上，有两次重大的技术变革，也是两次重大的商业考验，而王建宙正好是这两次变革的亲历者和启蒙者。第一次是引入CDMA，第二次是发展TD-SCDMA。

在王建宙担任中国联通总裁期间，为了打破当时中国移动的垄断，按照国务院的要求，中国联通承担了当时全新的一项通信技术，那就是来自美国的CDMA。2001年在中国联通上马CDMA的当年，王建宙就发展了700万CDMA用户，在网络、用户、业务全都一无所有的条件下，王建宙白手起家将CDMA发展成为中国联通追赶中国移动的重要手段。

第二次重大变革就是TD-SCDMA。在三大运营商之中，中国移动的实力最强，因此承担起中国的自主3G标准。不过，与其他两大更加成熟、产业链更加完善的3G标准相比，TD也有一定的局限性。通过建立联合研发基金等方式，TD已经在三大3G标准中做到了三分天下有其一。

2004年加入中国移动，王建宙第一件事就是大力发展农村市场。但当时他的这个决定遭到了所有人的反对，甚至有投行分析师严厉“警告”：如果这样做，公司股票就一定会大跌。

但他坚持了自己的判断。过去几年，中国移动往农村市场投资了数百亿元。拉动中国移动收入增长的最重要因素就是用户增长，而新增用户的一半以上都来自农村。