



豪华酒店大亨欧石吉：父亲言行影响深远

16岁时，父亲突然辞世，命运把欧石吉摆到了决定家业兴亡的重要位置上，也从此开展了他传奇性的一生。他现在被誉为“豪华酒店大亨”，也成了国际财经杂志《福布斯》新加坡 40 大富豪排行榜上的熟悉面孔。

欧石吉打从孩提开始住在牛车水一座旧店屋楼上。他的父亲创立海山合公司经营驳船生意，不料却在 1962 年因心脏病发而骤然去世。当年的驳船承包商在船务业中是最不受尊重的。欧石吉透露他肩负起这项艰苦的生意后，要马上进入状态，那段日子里的每一天，都让他感到谦卑。

父亲留下“烂生意”

在接受媒体访问时他曾坦言，父亲留给他的是一摊“烂生意”。至于当初为何能够坚持下来，欧石吉表示是害怕失败的心理推动着他，使得他在青年时期努力学习经营业务。亡父生前对他叮嘱：做什么事情都要努力认真、全力以赴。为了照顾家庭生意，欧石吉无法继续求学。他虽在 1967 年考进当时的新加坡大学法律系，但要兼顾学业和生意实在太难了，他最终只得放弃，专心做生意。不过，没有大学学历，却丝毫阻碍不了他的雄心壮志。在近半个世纪里，他的事业版图不断扩大。在欧石吉的领导下，海山合公司逐渐发展起船运经纪、租赁与管理、仓储与批发以及海运与空运代理业务，并于 1989 年上市。他的远见让他及时地作出了使业务多元化的决定。在船务之外，他也往酒店和房地产业积极发展，成功打造了史丹福豪华酒店的响亮品牌。

勇闯澳洲新西兰 收购国际高档酒店

一家拥有新加坡老板的外来企业，在广袤的澳大利亚和新西兰土地上绝地而起。史丹福置地在当地收购了丽嘉登、洲际、丽晶和喜来登等国际高档酒店。欧石吉在 1994 年勇闯豪华酒店业时，曾经受到人们质疑。今天，史丹福品牌已发展出 8 家五星级连锁酒店，号称澳大拉西亚五星级酒店数一数二的拥有者兼经营者。2005 年和 2006 年时，他也开始脱售 10 艘货船，筹集到 3 亿元的资金。这使得他在上一轮的全球经济危机中坐拥大笔现金。他说：“船业的高潮不可能永远持续下去。”欧石吉如今再次掌握到另一个商机。他眼见西澳的自然资源领域蓬勃发展，意识到当地对 A 级办公大楼的需求殷切。坐落柏斯的 Dynons Plaza 去年落成，并整幢出租给一家石油与天然气公司长达 10 年。这意味着集团未来 10 年将拥有稳定的重复性收入。（摘自《联合早报网》）

季逸超：青春中国的 IT 少年

今天，在 IT 行业竞争最激烈的移动互联网领域，一位黄皮肤、黑头发的中国少年一个人开发出功能强大的手机“猛犸浏览器”，使之不断完善，并获得 2011 年数字世界博览会特别奖。有媒体直呼其为“中国盖茨”。他就是现年 19 岁的季逸超。

精彩绽放

去年 12 月的一天，iPhone 粉丝在苹果手机应用商店里第一次看到一个名叫“猛犸”的浏览器软件，试用后，他们纷纷被吸引。有人甚至惊呼，“猛犸”颠覆了传统手机浏览器的概念。它拥有快速多页面框架，功能多样、强大，而操作异常便捷，很多功能只需一个手指一触一抬就可实现。虽然没有任何推介，第一天上线下载量，达到 40 多次，随后大幅攀升，而开发者季逸超名字也随之流传开来。好奇的人们想一睹“猛犸”开发者的庐山真面目，并期待从他那里得到更多的创新体验和惊喜。然而季逸超似乎有意远离公众视线，那时人们在互联网上几乎找不到关于他的报道，只搜寻到他几张青涩的“大头照”和关于他曾代表北大附中参加机器人竞赛的信息。然而，勤奋务实的他争分夺秒地完善“猛犸”，陆续推出三代更新产品。

“我研究了一下‘猛犸’浏览器，这也太牛了吧……其他浏览器简直完全没法和它比。”“真乃英雄出少年！我是他的粉丝……”对季逸超和“猛犸”浏览器的成功，网易在线门户事业部客户经理陈诚和网际快车 CEO 黄明明分别这样赞叹道。而作为 IT 业内人士，这种评价应该是可信的。

梦想启航

“自古英雄出少年。”季逸超推出“猛犸”时年仅 17 岁。难能可贵的是，他是“孤胆英雄”，在高二、高三学习压力最大、时间最紧张的时候，他独自一人完成了“猛犸”设计、美工、开发、测试所有工作。用户在享受到“猛犸”带来的温馨创新体验的时候，无法相信这是一人之力完成的杰作，背后的辛苦和汗水可想而知。

“经常在上课时画草图、构思，回寝室后编写代码。如果计划未完成或代码、图稿不满意就睡不踏实。高三那会儿为修补一个漏洞，常调试到凌晨 3 点多，成功后特幸福。”季逸超后来这样回忆那段“战斗岁月”。

这段自白实际上道出了他创新的快乐、自我价值实现的幸福，这种同龄人少有的快乐观和幸福观源于他儿时在美国生活的经历和那时形成的“英雄情结”。

他说，小时候生活在美国，他受到很多英雄主义的熏陶，特别是比尔·盖茨、乔布斯等创新创业的故事，让他觉得，普通人靠勤奋努力能够实现伟大的梦想。

宁静致远

“成功需要定义。”如果把考上名牌大学作为一名高中生成功标准的话，考取一般高校的季逸超无疑是失败的。然而，与他的偶像盖茨从哈佛大学退学创办微软相比，他的机会成本无疑要小一些。“宁静以致远。”季逸超在“猛犸



IV”获得如潮的好评后，依然保持着内心的平和，并坚守着自己的浏览器“拒绝一切广告”的原则。为此，他婉拒了风险投资商抛来的橄榄枝。“以后，我可能选择创业。”在被问及将来的打算时，季逸超的回答不出所料。“但一定不会再做浏览器。”他的这句话让人不觉一惊：这位 IT 少年难道真的要彻底告别使他一战成名的浏览器领域？难道他在 IT 领域已经找到了更令人兴奋的新方向？（摘自《人民日报海外版》）

女大学生开失恋博物馆 寄存“爱情遗物”

有的人想要忘却，却又舍不得丢弃；有的人想要珍藏，却又担心无法遗忘。这些逝去恋情的“遗物”，有时就像一块烫手的山芋，无处安放。如今，你可以把它寄存在长春市桂林路与牡丹街交会处的一间咖啡馆里，纪念那段无处安放青春。后悔了，或者和好了，还可以再取回去。

事业有了 爱情没了

王甜 20 岁，是一名在校的大学生，这家咖啡馆是她与两名好友出资筹建的。“我们当初开这家咖啡馆，只是想给好友们一个聚会的地方。”王甜说。高中毕业后，一些好朋友去外地上大学，留下的几个就想为大家聚会找个地方。商量了许久，最后，王甜建议开一家小小的咖啡馆。就这样，选址、装修，学习咖啡冲调的技术，在忙碌了一段时间后，于去年 10 月，咖啡馆正式开业。“没想到，在我忙碌了许久，小有成绩时，爱情却没了。”已经失恋了 5 个多月，提起那段感情，王甜依旧有些伤心。

“每个夜里，我都失眠，想想就泪流满面。”王甜也像很多失恋的女孩一样，把能让她想起男友的东西都找出来，装进盒子还给了他。可就偏偏落下了一件 T 恤。

里开失恋博物馆，收留这些“爱情遗物”，帮助像她这样，在爱情中受伤的人走出阴霾。大家都表示同意，她在橱窗上张贴了一段特别的启事——“在心里总有一个让你最难忘的人。无论你身边来了谁，走了谁。他(她)的地位，永不动摇。”

在咖啡馆里，记者看到了很多客人留下的“爱情遗物”。其中一个本子上写满了“我爱你”，足有几千遍。这是一个男孩向女孩求爱时用来表决心的。可分手了，这份爱，该如何处置？女孩舍不得扔掉，就寄存在这儿。

里屋的格子里，有一个男孩留下的 10 个史努比玩偶、钱包、信笺等，满满一格东西，这些都是女友送给他的。王甜说，这两个人相恋两年多，毕业后，女孩突然失去了联系，男孩“被”失恋了。无法忍受失恋的痛苦，此后，王甜和合伙人商量，在店



最终将女友送的礼物全都送到了爱情博物馆。“因为，他期待着能与女友再次重逢。”王甜说，如果真有那天，男孩还想把东西都拿回去。

在另外的格子里，一个铁盒上有一张纸条，这也是一个男孩留下的“爱情遗物”，上边写着：“早恋坑爹鉴定完毕。”

王甜说，愿意为大家保留那些舍不得丢弃又无处珍藏的“爱情遗物”，愿分享大家失恋的心情，希望失恋的人能像电影《失恋 33 天》里的黄小仙，尽早走出失恋的阴霾，迎接新的一天。（摘自《东亚经贸新闻》）

王雪红：富二代独立白手创业成首富

如果说，柳传志是中国第一代创业家的代表，宏达国际电子公司董事长王雪红则是新一代企业家中的标杆。在许多人眼中，王雪红是台塑集团创始人王永庆的女儿，是衔着金钥匙长大的富二代，但她却拿着抵押房子换来的 500 万新台币独立创业。经过多年的艰辛历程，终于成就了 HTC 在全球智能手机领域领先的地位。王雪红不仅为新一代企业家树立了成功样本，也树立了价值典范。

当年她选择芯片组作为事业起点的时候，英特尔总裁葛鲁夫曾当面严肃警告王雪红，“你不该做这个，英特尔对芯片组的挑战者会非常严厉。”在开发芯片组以及后来的智能手机过程中，她经历过全球 100 多场侵权诉讼听证会，可是所有这些都没能阻止王雪红的脚步。在她身上体现了创业者的执着和坚韧，也完美地诠释了百折不回的商业精神。

王雪红的创业之路是挑战权威的艰辛历程，从生产电脑芯片组到进入智能手机市场，从代工到建立自主品牌，她敢于挑战英特尔、微软、谷歌、苹果等国际巨头，然而，最终她都与这些对手成功合作，靠产品和技术赢得了市场认可和业内尊重。不打不成交，印证了王雪红的睿智和能力。

2011 年全球手机市场经历了一轮大洗牌，爱立信中止与索尼合作，退出手机市场。欧洲老牌诺基亚尽显衰



败，难以为继。然而，来自中国台湾的 HTC 手机却异军突起，在全球手机市场份额达到 15%，排名世界第四，在安卓系统手机厂商中排名第一，一举登上全球智能手机市场的制高点。（摘自《扬子晚报》）

古永锵初探土豆：以为会被扔鸡蛋

“我们的合作是开放式的。”古永锵说。王微则称，两家公司在合并之后，将更能够追求差异化。

46 岁的古永锵脱掉了蓝色冲锋衣，露出了里面的橙色衬衫。不过此时围站在大阶梯周围听他演说的上百名年轻人并不是优酷员工，而是土豆员工。这是他第一次来到土豆网的办公楼——一座位于上海市斜土路由废弃工厂改造成的 4 层小楼，但显然是有备而来，因为橙色恰恰是土豆网的标志色。

之前一天，2012 年 3 月 12 日，两家公司在美国纳斯达克上市的中国视频公司：优酷股份有限公司和土豆股份有限公司宣布，将以 100% 换股的方式合并，其中优酷有新公司约 71.5% 的股份，土豆有新公司约 28.5% 股份。新公司将命名为优酷土豆股份有限公司。

记者了解到，这份协议签署于 3 月 11 日凌晨 3 点钟。新公司成立后，优酷首席执行官古永锵将担任新公

司 CEO，而土豆网首席执行官王微将加入新公司董事会，但具体的职位目前仍未确定。

为了展开合并工作，目前优酷土豆已经开始着手成立多个分委员会，涵盖产品技术等部门，力图解决协调问题。目前离合并完成尚有几个月的时间。

两家原本在行业内竞争多年，并且多次因版权争议而诉诸公堂的竞争对手忽然在一夜间“牵手”，在互联网引发讨论热潮。同时，这一突如其来的消息在两家公司内部也炸开了锅，大多数优酷和土豆员工事先也并不知道。

3 月 13 日下午 4 点左右开始的这场见面会持续 1 个多小时。与古永锵一同而来的，还包括优酷公司的技术、人力方面的领导。穿着天蓝色线衣牛仔褲的土豆网首席执行官王微全程陪同，并在员工大会末尾开了一瓶收藏在办公室里的香槟酒。

“一家公司、两个品牌、两个销售体系”

“不要叫我古总，叫我 Victor”，在回答员工问题时，古永锵试图拉近与土豆员工的距离。古永锵早年曾任搜狐的总裁兼首席运营官，2005 年离职后休息半年，并于当年 11 月成立“合一网络”，创业优酷，彼时土豆网刚刚成立 10 个月。

7 年后，两家视频行业老大公司却突然“合一”。对于拜访商场上的宿敌，古永锵并非无顾虑。在开场白中，他就直接表达了对土豆之行的纠结，“昨天我还有点纠结，怕过来土豆、鸡蛋、西红柿会往我这边扔，但是在早晨醒来后我又感觉到应该是安全的。”

让他感到安全的是，资本市场的积极反应，两家公司在一天之间市值加起来提高了 15 亿美元。

对此古永锵强调说“一家公司、两个品牌、两个销售体系”，而对于用户而言依然是两个独立的品牌和平台。他认为，未来优酷土豆合一产生的效益，应该是三步跳。

降低版权成本，提升广告价格

在此次内部会议上，古永锵也坦承，内容成本大幅增加是此次并购的原因之一，他说“如果没有内容成本的大幅增加，很可能两家公司已经在今年盈利了”。而内容成本主要包括版权购买等。

记者从参会人士处了解到，实现收入、用户规模最大化也成为新公司的直接目标，古永锵称“未来投入会扩大，产品研发，积累方面可以做得更大”。

在去年的发展中，最核心的竞争领域实际上是广告，由于视频网站之间相互竞争，将价格压得很低反过来也使得价格变得混乱，导致行业利润下降。古永锵表示希望两家位于前列的公司合并之后，减少这种竞争。

但是，如何将融合和差异化两个看似矛盾的点结合好也将是新公司的考验。“我们的合作是开放式的。”古永锵说。王微则称，两家公司在合并之后，将更能够追求差异化。（摘自《21 世纪经济报道》伏昕 / 文）

售卖大学时代的旧照片

作为上世纪 80 年代末 90 年代初杜克大学全美棒球联赛选手，哈奈特曾是镜头前的风云人物。如今，她已经是北卡罗来纳州德罕市一家照片翻拍公司的老板，手下有 16 名员工，仍然可以说是位抢镜专家。

创建 Replay

她的公司名叫 ReplayPhotos，专门为高校体育系和专业体育队建立并管理在线照片店。Repaly 公司还拥有 GigaPixelFanCam 的独家授权，GigaPixelFanCam 为传统网店提供社交媒体程序，让粉丝可以从高分辨率的群体相中找到自己并进行标示。

哈奈特表示，“人人都喜欢将‘大比赛’或‘大活动’拍下来，变成可以永远保存起来的东西。对我们来说，最重要的就是分享这些激动人心的时刻。”

哈奈特在 2002 年有了 Replay 的灵感。当时她从事卫生保健管理工作，同时利用业余时间任在杜克大学体育系做志愿者。体育系主任请她帮忙想办法找些新的收入渠道。当她在大学体育系昔日成就展旁徘徊时，突然有了主意：这些旧日的体育比赛照片肯定有未开发的价值！

靠着个人积蓄和两位最早的合伙人的支持，哈奈特花了几个月的时间将照片都扫入数据库，建立起一个在线图片商店。她雇了一个程序员（这个人后来成为公司的首席开发人员）来编写电子商务引擎运行网站。2005 年，她辞去卫生保健工作，开始全职经营 Replay。

公司最初的雄心并不大，只关注杜克大学的旧照片（哈奈特每售出一张照片就付给大学一定比例的授权费）。接下来的几年，随着她从天使投资者处获得更多投资，哈奈特增加了人手，改善经营模式，而且将生意复制到其他高校。

现在粉丝可以买到各种各样的纪念品，有装裱好的照片、大幅张贴画、马克杯、T 恤衫，一切都铭记着他们最兴奋最辉煌的赛日或夜晚的难忘景象。

与 FanCam 合作

然后是与 FanCam 的合作。2011 年初，Replay 与南非的 Fan-Tech 公司签下 5 年的独家协议，开始在美国销售 FanCam 图片。这项技术以 360 度角拍下各大体育赛事的观众席照片，图像分辨率高达 50 亿像素。出席活动的粉丝可以将图片放大缩小，找到观众席上的自己。然后他们可以购买照片或在各种版本的现场照中标出自己，然后发布到 Facebook 或 Twitter。

哈奈特拒绝透露公司收支细节，但却用“价值数百万美元的企业”来形容自己的公司，并强调每年收入增幅都在 25%—30% 左右。接下来的几个月，Replay 的客户名单还会继续扩展，比如足球和田径。哈奈特表示，Repaly 目前还在开发 FanCam 图片的慈善价值，每当粉丝在照片中标注自己，赞助商就会捐出一点钱给非营利性机构。

很显然，抢镜高手已经抢占了先机，而且她打算继续将领先地位保持下去。（摘自《创业邦》）