

<<创业家>>

图书基本信息

书名：<<创业家>>

13位ISBN编号：9781674449098

10位ISBN编号：1674449097

出版时间：2010

出版时间：中国人民大学

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<创业家>>

内容概要

对于互联网以至中国商业而言，他们姗姗来迟。

他们已不太可能取代70和60年代的人成为主流商业规则的制定者或标志性人物。

为什么中国的80后里出不了扎克伯格和Lady Gaga?
是该给80后“松绑”了。

自从2006年一篇《生于80年代》的文章开始，80后这个名词流行并红火了整整四年。这就像是同样在互联网火热了多年的另一个概念“Web2.0”，越被开发(炒作)就越有价值，各种利益冲撞和纠缠到一起。于是，真相越来越难以看清，插科打诨甚至不可告人的就多了。

对于Web2.0，既有程炳皓那样的短期内把社交网络做成了，也有方兴东那样的被博客给忽悠而栽大了：既有腾讯那样的表面上不发言但实际上是集大成者的2.0鼻祖，也有新浪那样的硬生生把博客这种2.0做成1.0也成了；既有心平气和坐怀不乱而后坐地分金的风投，也有就冲着概念而损失惨重的“疯投”。

80后又何尝不是一样?

这股大江大水里面，既有脑子算清醒的李想一类，炒作自己，提高知名度，趁机四处挖人打造团队，而后风光套现；也有脑子半清醒但马步不稳的高燃一类，炒作了高调有了知名度，可被VC骂成“用公司资源包装自己”被赶出门庭。

既有脑子糊涂，就算有根基也给败了的郑立一类，顶不住压力，抗不住诱惑，被邪道拐了去；也有既无根基，脑子也半清醒的董思洋一类，趁80后火了，于是拼小命地给自己贴金自吹自擂，最后被媒体揪出来是一个骗子。

80后里大是大非把握不住，心浮气躁，人不在少数。

所以给80后松绑，就是不要搞连坐。

高燃站不稳马步，不是所有80后都站不稳马步；郑立摔跤了，不是“80后偶像集体坍塌”。戴志康鄙视传统教育方式，不意味着所有人不读大学创业都有戏；李想做汽车之家比做泡泡网更NB，不表示所有人的第二次都会比第一次更成功。

不过“松绑”的更重要意思，是不要把80后看得太高。

有个词叫“捧杀”，爱之足以害之。

就算屹立不倒的李想和戴志康，再加上近两年新浮出水面的刘松琳和汪海兵，也远未能成为这个时代主流商业的规则制定者或者标志性人物。

目前的事实是，就互联网而言，80后已经基本失去了成为或者取代马化腾、陈天桥、李彦宏这些一线领袖的机会。

为什么?

李想：时机很重要

李想为何弃守泡泡网?

时运：2007年上市泡汤，团队人心要散了；

诱惑：出手阔绰的投资者愿以泡泡网上市的PE值投资，团队还可持有股份；

<<创业家>>

认命：面对中关村在线和太平洋，李想认为不可能后来居上，时机过了。李想的泡泡网作为数码产品导购门户的行业老三，在2008年接受了澳洲电讯的控股。也就是说，泡泡网最大的主人，已经不是李想。而且，在澳洲入股后，李想的主要精力也不在泡泡网，而是做了一个新业务——汽车之家。多年运营的泡泡网留给他人打理。“等于是卖了”，很多业内人会用这个字眼。它跟“弃守”是一个意思。

这自然不会李想的首要选择。但他有一前一后两个难点。

第一个难点。

2007年开始，已经有几千万收入和一定利润的泡泡网想尽一切办法要上中小板，或者至少是创业板。整个团队都已经翘首以待：上市成富家翁。但资本市场和宏观经济在2007年骤然变化，形势急转。上市泡汤了，但早已被上市激发起来的兴奋的人心却难以被抚平。当时的情况是，群情愤懑，泡泡网第三大股东邵震套现走人，走之前已经对李想恶言相向。这就像是喊上市喊了十年的金山，每一次上市泡汤，都会走一拨人。李想感觉到“团队要散了，没退路了”。

这个时候，有一个投资商出现，愿意给泡泡网上市的PE值，而且，整个团队还能持有一定的股份，在这个架构下继续做事业。李想说：“换成是你，你做不做？”就是这个关卡逼李想走上“卖掉”这条路。也许背后的终极原因可以归结到泡泡网和李想自身的条件不够去，但是，最直接的那个原因就是：突然颓废的2007年，也就是“时机”二字。

但为什么李想没有继续在泡泡网，而是另起一摊？这关系到第二个难点。

很简单的一个判断：李想认为，泡泡网没办法后来居上，超过中关村在线和太平洋。“它们两家每天工作12个小时，我不能让员工工作14个小时，那会死人了。我们做的事都一样，资源都一样，都干12个小时，但是时机不一样，它们有先发优势，并且数码产品早已由卖方市场转变为买方市场。过了这个点，我累死也超不过它们。”

但同时李想发现，其实同样的付出和同样的经历。

在另一个市场，就完全有机会做成第一。

因为这个市场。

正在经历由卖方市场变成买方市场，规则需要重新确立，而不再是数码产品市场上那样“老大制定规则，它做蠢事我就必须跟着做蠢事，比如为卖广告就要做一堆的公关配合”。

这个市场就是汽车。

所以李想干脆地放弃泡泡网，全力投入汽车之家。

后来的结果证明了李想的判断。

汽车之家2009年成为行业的绝对老大，第三方调研显示汽车之家流量占有所有汽车类网站资讯的50%。

不过，需要站远一点看。

<<创业家>>

充其量，汽车之家也只是一个垂直领域的资讯门户，同等的领域还有比如房产、游戏、股票等等，而这些领域早就有规模更大甚至上市的公司。

在互联网的那张天高地阔的大图里，李想所占据的位置绝对算不上主流，仅仅偏于一隅。

李想为自己挣回的这点面子，只是一张小面子。

汽车之家一百来人的团队在2009年实现的收入是一个多亿，无论总值还是人均两项指标，在今天闯荡互联网的80后里都无出其右，而这正好隐射了80后在互联网里的集体边缘化。

在这里可以清点一下两拨人，看看他们的年龄和背景。

第一拨，今天中国互联网的统治者，大集团的掌舵者：以马云和张朝阳起头，1964年出生。

朱骏1966年，沈南鹏1967年，李彦宏1968年。

接下来是梁建章、雷军、曹国伟，1969年。

再往下，周鸿祎1970年，丁磊、马化腾、池宇峰都是1971年。

陈天桥收尾，1973年。

这一拨都是出生在1964~1973年的十年之间。

第二拨，最近两年崛起的新势力的代言人。

开心网程炳皓，1972年生，在新浪工作10年；优酷古永锵，1966年生，在搜狐工作7年；京东商城刘强东，1973年生，做了N年的IT销售；拉卡拉孙陶然，1969年生，曾参与创办恒基伟业，后投资蓝色光标，现任拉卡拉公司董事长兼总裁；3G门户邓裕强，1976年生，北大毕业后工作4年；UCWeb的梁捷和何小鹏，1976年生，创业前在公司打工5年。

换句话说，最近三五年在电子商务、社交网络、3G无线、视频分享几个主流领域异军突起的人当中，也都基本逃不出1964~1979年这一大致的时间段。

80后在这一拨的新兴潮流里，基本失语。

对李想发问：你为什么没有在放弃泡泡网后，切入社交网络、电子商务或者视频分享、3G无线这四类占位更优的互联网市场？而实际上，早在2007年李想就注意到了PPG，他常对左右人说：这个东西很

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>