第一图书网, tushu007.com

<<聊出来的企鹅帝国>>

图书基本信息

书名：<<聊出来的企鹅帝国>>

13位ISBN编号：9787307073081

10位ISBN编号：7307073080

出版时间：2009-11

出版时间：武汉大学

作者：郑祥琥

页数：198

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

内容概要

你也许没有听说过马化腾，但你一定会听说过腾讯。
要是你从来没听说过腾讯，那你一定知道QQ，知道那只可爱的小企鹅。
如果你真的连QQ为何物都不知道，那毫无疑问，你是从火星来的。
　没错！
在今天的中国，腾讯QQ是家喻户晓的，几乎成了时代的象征。
下至七八岁的小朋友，上到六七十岁的老年人，都有很多QQ用户。
毫不夸张地说，今天的中国真称得上是“长安一片月，万户QQ声”，只要有电脑的地方，我们就能听到QQ来信息时的嘀嘀声，看到那只闪动的小企鹅。
例如在周末中学生放假的时候，我们到网吧去看。
有的人在玩网络游戏，有的人在看电影，也有的人在看网络小说。
但是几乎每一个人都开着QQ，时不时要跟自己的QQ好友聊几句。
　聊天，这一我们再熟悉不过的交流方式，一旦与互联网结合起来，就变得异常精彩。
在这个QQ时代，聊QQ让很多人找到了心灵的港湾，成为中国人最喜欢的娱乐方式之一。
因此在今天，腾讯QQ已经成了很多人的生活必须品。
一回到家就要打开QQ，看看有哪些好友在线。
有许多时尚女孩还开通了“移动QQ”，用手机上QQ，随时在线。
甚至在临睡前都要跟好友聊几句，道一声“晚安”。
　网民们最关心的是QQ的使用，是QQ给我们带来的丰富的聊天体验。
至于QQ这只小企鹅的商业价值，其实大家都很少关心。
这正应了那句话“熟悉的不一定了解”。
大家不知道，这只看起来非常温和的小企鹅，其实是一只异常凶猛的商业动物。
　小企鹅像极了马化腾本人。
马化腾为人非常低调，性格偏于文静，据说有时与女孩子说话都会脸红。
但是他在进行商战的时候，却非常凶悍。
正是由于马化腾的稳健加凶悍，使得腾讯QQ抵抗住了微软MSN的进攻。
正是由于马化腾的稳健加凶悍，使得马化腾虽然在门户网站、网络游戏、电子商务等领域都进入的比较晚，但是一出手就迅速将对手逼入死角。
　也正是由于马化腾的稳健加凶悍，腾讯取得了极佳的业绩。
腾讯的市值非常惊人，2007年腾讯的市值达到100亿美元，成为中国市值最大的互联网企业，把搜狐、新浪、阿里巴巴远远得甩在了后面。
而马化腾也因此成为了“全民公敌”，在互联网领域马化腾几乎与每一个行业领袖都过过招。
马化腾跟张朝阳，在门户网站上的争夺，腾讯输入法、腾讯TT与搜狗输入法、搜狗浏览器的恩恩怨怨。
马化腾跟马云，相争C2C电子商务，闹得面红耳赤。
马化腾跟陈天桥丁磊，争夺网络游戏。
马化腾跟李彦宏，在搜索引擎领域的过招等等。
　因此腾讯算得上是当今中国最重要的企业之一，马化腾算得上是当今中国最重要的企业家之一。
2009年3月，马化腾入选美国权威财经杂志《巴伦周刊》评选出的2008年度“全球最受尊敬30名CEO”之一。
这充分说明了马化腾在全球的影响力。
　但是马化腾又是如此低调，他不喜欢面对记者和闪光灯，平常没事总是宅在家里上网。
不像马云等人，喜欢到电视上指点江山，激扬文字。
马化腾面对摄影机总是显得那样拘束，那样不会表现。
马化腾太低调了，因此对广大的QQ用户而言，他的存在很有几分神秘感。
　不过，既然网友们对腾讯QQ如此喜爱，那么大家对企鹅帝国的创建者马化腾本人应该会有浓厚的兴

趣，大家对腾讯商业帝国的建立过程，应该会很想有个大致的了解。
因此我们这本介绍马化腾生平和创业经历，以及腾讯管理经验的书籍，应该是值得一读的。

作者简介

郑祥琥，知名财经作家、互联网观察家、网名诗人小郑、南开大学硕士。
对互联网和产业经济有多年的关注和研究，著有《比亚迪之父王传福》、《当当情缘：当当网联合总裁传》等，与QQ结缘十年，QQ早已成为工作与生活的必备工具。
偶尔会担心QQ号被盗，因为上面积积攒着本人的十年人脉。

<<聊出来的企鹅帝国>>

书籍目录

序言第一章 QQ时代：马化腾的企鹅帝国 一、QQ，改变中国 二、马化腾，互联网至尊第二章 马家有Q初长成：QQ史前史 一、腼腆的小马哥：马化腾的学生时代 二、惠多网的马站长：马化腾试水惠多网 三、创业五人组：马化腾的创业团队第三章 QQ来了：腾讯驶入快车道 一、企鹅的诞生：从ICQ到OICQ 二、遭遇AOL：OICQ变脸QQ 三、IDG和盈科数码：寻找投资人第四章 互联网寒冬：腾讯一路高歌 一、雪中送炭：MIH注资腾讯 资本的冬天：互联网泡沫破灭 轩然大波：MIH控股腾讯 二、一个错误的决定：QQ收费风波 杀鸡取卵：QQ注册要收费 口水战：《精品购物指南》的责难 三、走出互联网寒冬：QQ的新起点 移动QQ：中国互联网第一桶金 及时醒悟：重开QQ免费注册第五章 富豪是怎样炼成的：2004年腾讯上市 一、企鹅凶猛：腾讯领跑即时通讯 群狼环顾：QQ不惧QQ劲敌：MSN登陆中国 行业标准：QQ雄霸天下 二、QQl亘I家之路：腾讯收购QQ域名 高价收购：罗伯特·亨茨曼的QQ．com 一波三折：杨飞雪的OICQ．corn．cn 三、一夜金身：腾讯上市香港第六章 在线生活：腾讯的多元化战略(上) 一、迷你首页：挺进门户网站 门户网站：腾讯姗姗来迟 聚焦大赛：腾讯勇夺第一 地方门户：腾讯一马当先 二、网络游戏：打造腾讯新动力 联众与网易：网游开拓者 盛大与巨人：网游新思维 QQ游TE：腾讯扬帆网游蓝海 三、腾讯邮箱：QQ的配套设施 邮箱之争：钱不是问题，问题是没钱 收购Foxmail：腾讯邮箱二度出击第七章 在线生活：腾讯的多元化战略(下) 一、腾讯拍拍：决战C2C 淘宝与易趣：C2Cx叉雄争霸 马到成功：腾讯拍拍杀入C2C 马云的烦恼：二马相争 二、腾讯SOSO：来挖互联网第四桶金 Google与百度：划破长空的闪电 搜搜问问：何时能够抗衡百度? 三、QQ空间：博客秀出你自己 四、QQ输入法：腾讯的战略创新 中文输入法：信息时代的入门课 QQ输入法：腾讯的又一利器 五、腾讯浏览器：腾讯的“大而全”第八章 大回响、大影响：腾讯的品牌战略 一、企鹅变身：腾讯品牌的诞生 腾讯换标：相关业务的重新架构 扭转乾坤：“大回响、大影响”的品牌战略 二、合作之路：腾讯的品牌推广 三、走出去：腾讯的国际化战略第九章 如何引领新经济：腾讯的创新战略 一、来自对手的脏水：腾讯“抄袭大王”之辩 二、创新的体系：从创新中心到腾讯研究院 三、创新是腾讯之本：腾讯的创新实例 创造性的破坏：创新的本质 创新之路：腾讯创新三部曲第十章 成功有术：腾讯的经营战略 一、独门秘笈：马化腾的三问 二、危机感如影随形：马化腾的稳健 三、专注产品：马化腾是首席体验官第十一章 钱从哪里来：腾讯的盈利模式 一、腾讯的创举：Q币汇通天下 虚拟货币：腾讯自己给自己印钱 Q币风波：Q币冲击人民币? 二、三驾马车：腾讯的三大收入来源 移动QQ：移动和电信增值服务 网游与QQ秀：互联网增值服务 腾讯的第三极：在线广告第十二章 最受人尊敬的互联网企业：腾讯的企业文化 一、腾讯的内涵：愿景、价值观与社会责任 最受尊敬的互联网企业：腾讯的愿景 正直、尽责、合作、创新：腾讯的价值观 企业越大，责任越大：腾讯的社会责任 二、关心员工成长：腾讯的人才文化 快乐工作：与员工共同成长 腾讯学院：腾讯自己的企业大学附录：腾讯公司年谱后记

章节摘录

第一章 QQ时代：马化腾的企鹅帝国　　一、QQ，改变中国　　在过去十多年的时间里，如果说有什么东西在改变世界，那一定是互联网。
从九十年代初期，美国克林顿政府提出建设“信息高速公路”，到九十年代中期，真正的互联网开始兴起。
互联网一直是过去一二十年中，科技改变世界的主要力量。
有人认为，互联网的兴起是一场新的科技革命的开始，正是互联网使得信息时代成为可能。
幸运的是，过去一二十年正是中国改革开放深入发展，经济社会安定和谐发展的一二十年，因此中国正好赶上了这一次互联网革命，甚至在这次革命中走在了前头。
从1998年开始，中国的互联网发展就进入了活跃期，今天在中国引领潮流的互联网公司，如搜狐、新浪、网易、百度、阿里巴巴等等大多都是这一时期成立的。
从1998年开始，中国人对互联网的体验越来越深刻，互联网逐渐走入了中国人的日常生活。
本书的主角马化腾在1998年成立了腾讯，1999年2月，仿照以色列人的ICQ开发出了一款适合中国人使用的即时聊天工具OICQ。
随后OICQ的注册用户人数迅速增长，到2000年5月份，OICQ同时在线用户数达到了10万。
2001年QQ同时在线用户成功突破100万大关。
2002年QQ注册用户数突破1亿大关。
用马化腾的话来说，“到了2000年的时候，随便走进一个网吧，聊天工具QQ跳动的企鹅已经成了流行。”　　与马化腾在同一时期开发的即时通信（IM，Instant Message）聊天工具很多，如最早的Picq、Cicq、OMMO等等，但是他们都是昙花一现。
没有像腾讯QQ那样，注重用户体验，注重满足用户的需求，所以在随后的2000年、2001年的互联网寒冬中，他们都销声匿迹了。
只有腾讯QQ，通过加入中国移动的“移动梦网”，开发出一款“移动QQ”服务，就是用手机上QQ，结果让腾讯在互联网寒冬中挖到了中国互联网的第一桶金。
到2001年7月，腾讯就实现了正现金流，到2001年底，腾讯实现了1022万人民币的纯利润。
腾讯QQ即时通聊天工具，从最初的聊天娱乐功能发展到今天，成为一种必备的通讯工具，使用范围甚至跟手机一样广泛。
到今天腾讯QQ的注册用户数量已经接近十亿，同时在线人数接近6000万，这组数据是非常惊人的，可以毫不夸张地说在现在三十岁以下的年轻人里，几乎人人都有一个QQ号码。
尤其必须指出的是，在早期腾讯QQ往往给人以小孩子的玩具的印象，但是随着时间的推移，当这些使用QQ的小孩子步入成年之后，腾讯QQ一改儿童玩具的旧印象，脱胎换骨迅速转型为商务办公软件。
根据iResearch艾瑞所发布的报告显示，到2008年9月，腾讯QQ在办公室用户中的占有率达75.1%。
同时在2008年9月初，在办公场所使用QQ的同时在线用户高达1200万。
可以说，经过十多年的开拓，腾讯QQ已经在中国形成了一种QQ文化。
腾讯QQ正在深刻改变中国人的生活习惯与交友习惯。
可以说，正是由于腾讯QQ的存在，使得互联网在中国迅速推广开来。
因为在中国互联网发展的初期，似乎人们上网的主要目的就是去聊QQ，因此正是腾讯QQ刺激了国人对网络的需求。
与此同时，也正是腾讯QQ的娱乐性使得连七八岁的小朋友，也非常愿意接触网络，愿意在网上与好友聊天。
这无形之中，就让互联网在中国的小朋友中扎下了根。
在国外，互联网是作为信息交换的工具被推广，而在中国，互联网主要是作为娱乐工具被推广。
因此过去十年来，中国推广互联网的力度异常大，在今天的中国，你即使在一些穷乡僻壤也可以看到网吧，可以上网，可以聊QQ，可以玩网络游戏。

这一点是很让外国人惊奇的。
　　因此可以毫不夸张地说，腾讯QQ正在深刻改变中国，我们正处在一个QQ时代！
　　二、马化腾，互联网至尊　　马化腾是个腼腆的年轻人，当我们在电视上看到他的时候，根本不会将他与叱诧风云的互联网行业领袖联系起来，我们觉得他就是一个邻家男孩。
但是今天的马化腾已经不再是那个青涩的邻家男孩，他已经成长为一代互联网至尊。
2009年3月，马化腾入选美国权威财经杂志《巴伦周刊》评选出的2008年度“全球最受尊敬30名CEO”之一。
　　在这个30人的名单里，还有谁呢？
有股神沃伦·巴菲特、亚马逊公司CEO杰夫·贝索斯、思科CEO约翰·钱伯斯、惠普CEO马克·赫德、日本游戏机制造商任天堂CEO岩田聪、IBM CEO彭明盛、苹果公司的联合创始人斯蒂夫·乔布斯等。
显然马化腾已经站在了全世界互联网的巅峰。
　　马化腾的企鹅帝国是从聊天开始的，腾讯的最早一款产品是聊天软件QQ。
有几年的时间，马化腾专注于即时通信（IM），任门户网站、网络游戏等领域风起云涌，他也不参与，就是安安静静地做他的腾讯QQ。
　　直到有一天腾讯的注册用户人数已经达到两三亿，马化腾才走出QQ，开始了腾讯多元化的历程。
马化腾说：“无线有100多亿元的盘子，我们必须进去；网游有70多亿的盘子，腾讯不能放弃；广告有30多亿的盘子，腾讯不能放弃；腾讯不能放弃的还有搜索、电子商务。
”　　腾讯的多元化是从网络游戏开始的，随后又设立了自己的门户网站，自己的电子商务网站拍拍网，自己的搜索引擎腾讯SOSO等等。
现在的腾讯几乎什么都做，腾讯输入法、腾讯邮箱、腾讯浏览器。
2006有人这样评价腾讯，他说：“八年前，马化腾开始做IM（即时通讯），现在用户数量第一；在三年前开始做门户，现在流量第一；做休闲游戏，将业界老大联众取而代之；进入网游后成长势头凶猛，让盛大、网易开始警惕；一年前开始电子商务，在拍卖和在线支付上一出手，让马云、王志东等前辈紧张万分。
在中国互联网业，做到横跨多个业务线的企业并不少，却没有一家互联网公司能像马化腾这样在多条业务线上同时做到领先。
”　　在成功实施多元化的基础上，马化腾提出了“在线生活”的战略，马化腾说：“在我看来，中国互联网产业在经过十多年的快速成长之后，已经形成了一种全新的基于网络基础平台和数字化信息载体的沟通与组织模式，构建了一个超越空间之上的、巨大的网络群体，并形成了一种与传统社会不同的新的人类生活模式，我们称之为‘online society’——在线生活。
这一网络社会形态中，提供了一种可信任的和时时连通的网络环境，通过网络开放性和交互性的特点，让用户在任何时间、任何地点，在任何终端接入状态下都能满足他们日常生活中的四种基本需求：首先是信息传递与知识获取的需求；其次是群体交流和资源共享的需求；第三是人们对于个性展现和兴趣满足的需求；第四是交易的需求。
”　　腾讯的多元化是成功的，这使得腾讯能够开拓利润来源，能够有效的抵御风险。
据腾讯2004年的《招股说明书》显示，腾讯的主要盈利被划分成了三部分，即移动及电信增值服务（包括移动聊天、语音聊天、短信铃声等）、互联网增值服务（包括会员服务、社区服务、游戏娱乐服务）和网络广告。
　　多渠道的利润来源，使得腾讯能够旱涝保收，腾讯的股票极受投资者青睐。
2007年，腾讯的股价达到45港元，其市值达到102亿美元，成为中国第一个突破百亿美元大关的互联网公司。
从市值以及盈利上看，腾讯远远高于搜狐、新浪、阿里巴巴。
腾讯显然是中国互联网领域的龙头老大。
　　“企业越大，责任越大”，在盈利之外，今天的腾讯很强调自己企业的社会责任。
腾讯提出要发展安全健康活跃的平台，通过互联网服务提升人类生活品质，腾讯要做最受尊敬的互联

网企业。
第二章 马家有Q初长成：QQ史前史　　在创业之前，马化腾没有出过国，这在中国互联网精英中是非常少见的。
有人说：“ 中国互联网纯粹是美国互联网的翻版 ”，马化腾完全可以不理会这句话，他走的是一条本土化的互联网道路，这也是腾讯成功的重要原因。
在腾讯当然有很多属于世界互联网共性的东西，但是属于马化腾个性的东西也不少，例如马化腾为人的低调，就深深地影响了腾讯，影响了中国互联网。
一、腼腆的小马哥：马化腾的学生时代　　1971年10月，马化腾出生于广东省汕头市潮南区成田镇一个普通家庭，在他上面还有一个姐姐。
当时马化腾的父母在东方市（原属广东省，海南建省后划归海南省）八所港港务局工作，所以马化腾的童年是在海南度过的。
1984年，年仅13岁的马化腾跟着父母从海南搬到广东。
在此之前，马化腾在东方市八所的一所中学念初二。
“ 记得我离开时，海南还没有建省，还是属于广东省，现在变化可真大啊！
”马化腾后来回忆说。
1984年，马化腾跟随父母从海南来到深圳，这时的深圳刚刚开始经济特区的试验，是一个百业待举、充满希望、充满机遇的城市。
马化腾到深圳后转入深圳中学就读。
在深圳中学学习期间，马化腾成绩优秀，属于老师眼里的“ 好孩子 ”。

媒体关注与评论

腾讯公司留给投资者们印象最深的是它依靠即时消息赢利的能力。
摩根士丹利的分析师玛丽·米克尔说：“从即时通信和强化服务并从中获利的能力来看，腾讯公司在全球处于领先地位。
”　　——美国《商业周刊》　　在互联网这个圈子中，马化腾还有几个奇迹：这些特质。
也极大地影响了中国的创业一代。
　　——王峻涛在英国《金融时报》撰文　　八年前，马化腾开始做IM（即时通讯），现在用户数量第一；在三年前开始做门户，现在流量第一；做休闲游戏，将业界老大联众取而代之；进入网游后成长势头凶猛，让盛大、网易开始警惕；一年前开始电子商务，在拍卖和在线支付上一出手，让马云、王志东等前辈紧张万分。
在中国互联网业，做到横跨多个业务线的企业并不少，却没有一家互联网公司能像马化腾这样在多条业务线上同时做到领先。
　　——《世界经理人》杂志

第一图书网, tushu007.com

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