

## 2014 中国互联网十大风云人物

2014 年，中国接入互联网 20 周年，经过互联网创业者和创新者的艰辛努力，中国这个世界互联网大国，不仅培育起一个巨大市场，而且催生了一大批创新产品和商业模式。在当今的世界互联网舞台上，中国互联网企业不仅是追随者、参与者，更是引领者。

互联网市场风云变幻，英雄辈出。不管是马云、雷军等星光闪耀的大佬，还是陈欧、于敦德等冉冉升起的新星，抑或是罗永浩、郭列等崭露头角的新秀，他们都在用信念追逐着梦想，用创新开拓着未来，用扎实的努力构筑着中国互联网的“强国梦”。

《人民邮电》报编辑部汇集读者、专家意见，经过认真的遴选、评议，评选出 2014 年中国互联网十大风云人物，以彰显他们今年在推动互联网发展中的风采，记录他们奋力前行的足迹。

### 阿里巴巴马云：人还是要有梦想的



“人还是要有梦想的，万一实现了呢！”今年 9 月 19 日，阿里巴巴成功登陆美国纽交所，成为美股史上最大规模 IPO。随着股价持续上涨，根据最新彭博亿万富翁指数显示，阿里巴巴公司创始人兼董事局主席马云的净资产达到 286 亿美元，成为亚洲首富。

想当年，马云连续三年参加高考后，才勉强被杭州师范学院以专科生身份录取。十三四年前，马云曾经“败走”美国硅谷，那里的三十余家风险投资商全部拒绝投资阿里巴巴，因为他们看不懂那个不同于亚马逊的电商模式。而现在，阿里巴巴凭借独创的电子商务基础设施提供商模式，在今年“双 11”以超过 571 亿元的零售总额，创下新的吉尼斯世界纪录。

满怀梦想的马云，于 1999 年创立阿里巴巴，他的人生信条是：“永不放弃，笑对人生。”

### 京东刘强东：上市后华丽转身



“拍得含情脉脉一点，不然又被人说我张扬。”京东 CEO 刘强东在配合摄影师拍照时如此半开玩笑地表示，再次印证了业界的看法：今年 5 月在美国纳斯达克上市后，刘强东一直紧绷的“自我”开始放松，正有意从“斗士”变为“领袖”。

在上市的第二天，刘强东给公司的老员工、核心团队做了 14 道法式大餐。他自称：“除了经营京东之外，我觉得唯一能够有资格说的一个职位，就是大厨。”

刘强东在上市酒会上大飙英文，虽因“宿迁腔”被调侃，却正是中国互联网的“丝”创业者通过自我奋斗走向国际舞台的写照。

刘强东出生于农村，白手起家成功创办京东，目前市值超过 320 亿美元。他说，希望能够在农村创造一种创新的农村金融模式。京东计划明年发展数万名村民代理，覆盖数万个村庄，并将渠道下沉到农村，让农民也能像城里人一样在网上买到便宜的商品。

### 途牛于敦德：发力在线休闲旅游



2006年，于敦德看到了中国旅游市场的规模及快速的增长速度，与创业伙伴建立途牛旅游网，担任CEO。创业八年来，途牛旅游网基于“互联网旅行社呼叫中心”的运营模式，为用户提供在线旅游预订服务，用户满意度常年保持在97%左右，并拥有为760多万人次服务的丰富经验。

2014年5月9日，途牛旅游网成功登陆纳斯达克，成为美股市场上第一家专注在线休闲旅游的中国公司。

2014年途牛在提升用户体验方面举措频频，先后推出了上门签约、收取材料及证件的“牛到家”服务；0保证金出境游服务“牛客贷”及在线“购物退税”、出境预订“牛分期”等服务。于敦德还亲自上阵，在“老于推荐”频道中对各类旅游产品进行设计、调整和优化，并以图文、视频等方式，多维度、全方位地向用户呈现真实的出游体验。

#### 小米雷军：站在移动互联网台风口



“站在台风口，猪也能飞起来。”在小米科技董事长兼CEO雷军的带领下，成立仅4年多的小米以强劲而迅疾的增长态势，改变了中国智能手机市场的格局，并成为中国移动互联网公司走向海外的新锐代表力量。据数据调研公司IDC及Strategy Analytics报告显示，在今年第三季度，小米手机出货量以及市场份额已位居全球第三，仅次于三星和苹果。

小米以互联网思维为切入点，颠覆了手机行业的传统路径。雷军表示，小米的愿景是让所有人都能享受科技带来的乐趣。继手机、路由器与电视领域之后，小米正积极进军智能家庭领域，目前已投资了20多家生态链公司，涉及手环、移动电源、血压仪等细分领域。雷军称将总计投资100家公司，以互联网模式带动传统行业的升级，为用户提供以“智能、互联、云端”为特征的智能家庭生活。

#### 聚美优品陈欧：纽交所最年轻的上市公司CEO



2014年5月，聚美优品正式挂牌纽交所，31岁的陈欧成为纽交所222年历史上最年轻的上市公司CEO。聚美优品首创“化妆品团购”模式，作为中国电商界的黑马，聚美优品仅用3年时间，就完成单月销售额从10万到6亿元的突破，并晋级与天猫、京东、亚马逊等比肩的B2C电商第一阵营，牢固地占据中国美妆类电商第一站的领航地位。仅用4年时间，以1300万元融资，就创造出30亿美元市值的公司。提到陈欧，网民第一时间想到的似乎还是“我为自己代言”的“陈欧体”。“陈欧体”的疯传让更多人认识了聚美优品，认识了为自己代言的陈欧。

陈欧并没有止步于此，上市后的一系列打击让他愈挫愈勇。聚美首创“中国化妆品真品防伪码体系”，通过粘贴防伪码，为验真提供了更可靠和便捷的方式，是对业界的革命和颠覆。为了加强对供应链服务的监管，保证真品，上市后聚美即砍掉监管难度最大的第三方平台上奢侈品业务，并将第三方平台美妆业务全部转为入库自营。

凭借敏锐的商业直觉，陈欧带领聚美团队进军跨境电商业务，目前，聚美的跨境电商布局已接近完成，将以各保税区仓库为中转枢纽，以最快的速度 and 接近免税店的价格，把海外美妆新品带给用户，跨境电商将成为聚美新的强劲业务增长点，也为消费者带来更多福利。

### 联想童夫尧：专注于打造核心竞争力



当业内充斥着对“互联网思维”的狂热赞美，似乎搭上互联网的列车便能颠覆一切时，联想的理性思考显得睿智而超脱：“创新和客户驱动，才是互联网精神的实质。”童夫尧，联想企业级业务掌门人，这个曾经亲手为联想建立起业界领先的大客户商用业务精细化销售管理模式的男人，在互联网时代再一次为联想的企业级注入了独特的“互联网血液”。

童夫尧自 2005 年加入联想以来，成功建立起基于客户管理、商机管理、销售管理的客户模式方法论及其价值评估分析模型，逐步完善了矩阵式组织结构、渠道联盟、电话营销等协同工作模式，实现了实时的业务分析、业绩监控和销售管理，使大客户业务的精细化管理水平达到了业界领先水平。

在童夫尧的领导下，联想中国区大客户事业部人均产能持续提高，市场占有率逐年提升，并持续开拓企业级产品和移动互联业务，成功地在商用大客户市场完成了向 PC 业务的转型，已成为中国大客户市场毫无疑问的领头羊。

现在，联想大客户事业部一方面积极通过互联网工具优化业务模式和客户沟通方式；另一方面坚持“扫地僧”的精神，专注于打造自己的核心竞争力，为大型企业和机构类客户提供端到端的产品和解决方案。

### 锤子罗永浩：告别演讲做手机



2014 年 12 月 6 日，锤子科技 CEO 罗永浩举办了个人告别演讲《一个理想主义者的创业故事IV》，宣布 T1 卖出 12 万台，同时推出白色版的 Smartisan T1 手机。

2014 年 4 月，由罗永浩创办的锤子科技完成了 B 轮融资，融资金额达到 1.8 亿元。5 月 20 日， Smartisan T1 手机发布。

随后的几个月，作为企业家的罗永浩经历了漫长的公司产能爬坡，自媒体和宿敌的轮番攻击，随后又不得不降价来拉动销售。其间，还曾与王自如约架，通过优酷视频公开论战。

曾经的“青年导师”罗永浩做手机后发现：企业家最好少说话。于是，他把自己微博上的“老罗”这个印迹去掉，将认证改为“锤子科技 CEO”，表示：“用户体验中心的总监位置其实是我最喜欢的。”并在“最后的演讲”中，用一系列制作精良的视频，把锤子科技的精英团队推向台前，旨在向质疑者证明，锤子科技拥有经验丰富的专业团队。

### 360 齐向东：屹立互联网安全潮头



从 2003 年投身于互联网行业，360 总裁齐向东就始终以创新的心态屹立在互联网潮头。

随着网络信息安全成为国家安全战略中的重要一部分，互联网安全产业也受到前所未有的重视与关注，成为 2014 年互联网行业热门的领域之一。作为中国最大的网络安全服务提供商的领袖，齐向东带领 360 公司用了不到七年时间，以“免费安全”颠覆了传统互联网安全企业的商业模式，改变了市场格局，并建构出全球互联网前所未有的“360 模式”，把一个以卖软件为生的传统产业变成中国网民都能无偿享受的互联网基础服务。

同时，360 公司也迅速发展，成长为中国最大、全球前三的互联网安全公司，在病毒查杀、企业安全、安全域名解析系统（DNS）等诸多方面的安全技术填补国内空白或达到国际先进水平。360 已经建成了全球最大的安全云，为超过 11 亿用户的上网提供了安全保障，也为国家网络安全大局作出了积极贡献。

### 陌陌唐岩：赶上移动互联网的大潮



陌陌科技董事长兼 CEO 唐岩 2011 年创建陌陌科技，并于当年 8 月推出移动社交应用陌陌。

2014 年，在微信一家独大的移动社交领域，名不见经传的陌陌作为创新的移动社交平台，因其基于强大和精准的地理位置特性，让用户彼此连接而得到认可。通过社交兴趣图谱引擎以及用户行为数据分析，陌陌为用户提供个性化的社交体验。截至 2014 年 9 月，陌陌拥有注册用户 1.8 亿户，月活跃用户 6020 万户，平均日活跃用户 2550 万户。

2014 年 12 月，陌陌在美国纳斯达克交易所挂牌上市。

唐岩将创业仅 3 年就上市归结为自己的“幸运”。他认为，创业成功是件概率比较小的事情，但是自己很幸运可以遇到一个价值观相似的团队，而且很幸运正好赶上了移动互联网的大潮。

### 脸萌郭列：移动社交“拼脸”



脸萌是一款拼脸 App 应用，去年上线，在今年中期时，曾登上 Store 娱乐类免费排行榜第一名的位置。

脸萌的创始人、1989年出生的郭列认为：“文字、头像、配图是社交媒体的三要素，但有些情绪难以通过照片表达出来，而脸萌则提供了这种方式，你可以用动漫表情、气泡文字表达自己的心情。”

此前国内的魔漫相机应用，曾只用了四天时间就登顶中国地区 App Store 榜首。加拿大的自制漫画应用 Bitstrips，也曾在发布两个月内登上全球 40 个国家的 App Store 榜首。

移动时代的 App 应用热度可谓“来去匆匆”。面对脸萌热的“退烧”，郭列日前表示：“在脸萌最火的时候，却是我觉得个人最失败的时候。我的自信心和虚荣心都不断在膨胀，同时外界会有各种各样的质疑，当时我就很害怕它从排行榜上掉下来。”郭列现在选择重新出发，不久后他将发布新产品。

（2014-12-30 来源：中国信息产业网-人民邮电报

作者：朱筠 胡虎 徐勇 吴刚）