



王志东

在中国互联网迎来20周年之际,作为国内互联网巨头之一的新浪,也度过了自己的又一个重要时刻——2014年4月17日,新浪微博正式登陆纳斯达克,成为全球范围内首家上市的中文社交媒体。

从门户网站兴起,到博客流行,再到微博撼动中国,新浪见证了中国互联网的成长与阵痛。从创始人王志东,再到后来逐渐坐稳把交椅的曹国伟,新浪在影响普通人们生活与媒体生态的同时,也在互联网的世界里构建了自己的王国。

王志东:实干的梦想家

王志东曾说:“如果用一句话来概括我是一个什么样的人,我想我不会把我定位为一个程序员,一个CEO,或者一个商人,我认为我是一个实干的梦想家。”

在他看来,有一个梦想,然后看着它在自己手中实现,这种感觉特别好。

新浪正是他做梦想的重要梦想之一。王志东喜欢“玩”的,玩过玩过的“中学时,他喜欢鼓捣无线电,然后就被进了北大无线电系。可到了大学时代,他又迷上了当时的新鲜事物——计算机。”

1987年,还差一年才能完成本科学业王志东就“逃”了:在当年这个计算机科技地中关时,聪明伶俐的王志东被北大方正的王选看中。王选邀请王志东加入方正,对Windows系统进行汉化。

此前,王志东从没有真正像一个程序员那样编写过程序。“那时候的我也真是初生牛犊不怕虎,就接下来了,要是现在,我可能想一想,觉得不行,就推掉了。”

王志东的表现在没有让人失望。1991年举办的首届全国Windows研讨会,王志东研发出来的中文BDWin引发与会者的热切关注。著名的CCDOS发明人严援朝甚至把自己开发的一个中文视窗放到一边,对王志东说:“我的东西不推了,推你的,我的东西不行。”

王志东开发的这一产品,也被评为方正当年的七大成果之一。

不久后,王志东离开方正去寻找新的挑战。随后他又做出了让业界眼前一亮的全新汉化系统“中文之星”,并且和昔日的同学一起创办了新天地公司。

由于种种原因,这次创业并不成功。王志东重新出发,于1993年创办了四通利方公司,并推出了此后畅销多年、支持多种操作环境的中文应用平台RichWin。

两年后,王志东开始着手将公司进行国际化,并寻求海外投资。

拿来老外的钱,这在当时的“中关村”里还是新鲜事。不过,三次赴美之后,王志东不仅带回了650万美元的投资,还更加明确了公司要向互联网发展的方向。

1998年,四通利方收购当时海外最大的华人互联网公司——华渊资讯,并建立了当时全球最大的华人网站——新浪网。王志东本人则出任新浪网的首席执行官兼总裁。

在他的带领下,新浪2000年在美国纳斯达克上市。在那个互联网风起云涌的时代,王志东与丁磊

新浪:从王志东到曹国伟

■本报记者 王庆

磊,张朝阳一起被称为“网络三剑客”。

当时已是四通利方总工的严援朝对王志东则依旧非常佩服:“我相信,什么不可能的事情王志东都能干成!”

曹国伟:从“曹会计”到掌门人

不过,任何人或事物,最大的不变就是美国。在来到新浪之前,曹国伟曾看来,在美国那样成熟的商业社会,创始人在某个阶段离开公司是比

较常见的事情。而在创办了新浪之后,王志东正是经历了这样的变故。受外部行业环境变化,和内部高层人士调整等多个因素影响,王志东离开了自己创办的新浪。

此后,新浪又经历了茅道临、汪延这两位CEO,最终才由曹国伟握稳了航向。

在来到新浪之前,曹国伟具有新闻和财会双重背景,这也在那种程度上暗合了新浪的发展特点。1999年,在离开知名会计事务所普华永道之后,曹国伟加盟新浪,并担任CFO。此后,他在新浪走出了一条从CFO到COO、总裁、CEO的平稳上升路线。

曹国伟以低调内敛与扎实稳健著称。在中国企业家俱乐部里陈列着的企业家成员照片卡中,与穿着藏族服装的马云、打扮成唐僧的俞敏洪和拿着台球杆摆出滑稽动作的柳传志相比,曹国伟只出现在正式的合照中,西装革履,不露声色。

在国内互联网界,曹国伟曾有“曹会计”的绰号。他擅长搞数字和报表,有着过人的“财技”。2008年,中国互联网业首例MBO,新浪发展史上著名的收购分众案,正是曹国伟操刀。

在曹国伟看来,曹国伟曾有“曹会计”的绰号。他擅长搞数字和报表,有着过人的“财技”。2008年,中国互联网业首例MBO,新浪发展史上著名的收购分众案,正是曹国伟操刀。

曹国伟始终注重制度建设,在制度的基础上管理。曹国伟曾表示,互联网广告销售跟报纸和电视广告差不多,一个广告可能在很多栏目中都投放,卖给谁,以什么样的价格卖,广告招得,都得最好的分配,新浪都是通过系统完成的。

在曹国伟的支持下,新浪设立了严格的销售管理和采购报销等信息化管理系统和严格的财务制度。这些系统为新浪压缩成本,提高效率和管理透明度做出了很大贡献。在他看来,“把人为的因素降到最低,可以避免很多问题的发生。”

曹国伟更是曾助新浪力挽狂澜。

2004年新浪业绩下滑,搜狐等竞争对手逐渐迎头赶上。此时曹国伟担当重任,改革了新浪的销售团队以及广告系统,使新浪重回互联网广告领先地位。

2005年,盛大在二级市场收购新浪19.5%的股权,当时曹国伟临危受命。据时任新浪CEO的汪延后来回忆,刚到澳洲度假的曹国伟不期而然折返,马不停蹄赶往北京,并再三星期连续奋战,才确保了“毒丸计划”最后能够取得成功,阻止了盛大对新浪的进一步收购。

在收购与反收购的斗争中,这是首个遵循美国法律进行并购的中国案例,载入了中国企业并购史册。

2006年担任CEO之后,曹国伟把新浪的权力核心,并成为了新浪真正的主人。此前,新浪CEO的平均任职时间是1.8年。之前无论谁担任CEO,曹国伟始终受重用,并一直支持新浪发展至今。

微博撼动中国

如果说,在门户网站时代,网民还有搜狐、网易这样的选择,那么从博客时代再到微博时代,新浪越发表现出 its 独特优势。

先是由新浪发动了博客在国内的流行,并且由此成就了韩寒等意见领袖。他们在一系列公共事件中拓展了言论的空间。

此后,曹国伟又寻求新浪的又一次转型。2009年的一个下午,他花两个小时听取一款叫“朋友”的社交产品汇报。此前,这款产品已经经

上百位工程师,研发两年左右,内测数据并不差,下一步应该是公开推广,但曹国伟突然决定终结这款产品,理由是“两个小时没有听明白产品的核心卖点是什么”。他要求将其其中一部分功能单独研发,这就是后来的微博。

微博CEO王高飞表示,当时他也认为“朋友”虽然达标了,却并不十分理想。但停掉一个已经接近完工的大项目,对新浪来说格外需要魄力。

曹国伟的大学同学、光线传媒总裁王长田说,在微博推出之初,曹国伟曾一脸淡定地向他介绍微博,王长田问:“140字?140字能说什么?”但曹国伟仍然冷静地说,他相信微博会成功,并坚信微博可以改变世界。

这类独特产品,在保持原有优点的基础上,又根据中国人的使用特点进行了多次改良,有些设计甚至超过了推特。

曾负责新浪博客产品,后成为盛大文学CEO的侯小强认为,曹国伟是一位有情怀和理想的企业家,他创造的微博产品也是如此。“微信挺了不起的,是跨时代的伟大的产品,但你说没有理想和情怀,对国家的影响力上,微信肯定不是一个层面的事。微博对中国社会影响更大。”

从微博建立之初,曹国伟就想在比较成熟的公司体系里用创业机制做出一个新业务。他认为微博成功的一个关键是,从成立之初,新浪就在用独立的团队、独立的思维方式、独立的激励体系和创业体系做这个业务。

事实证明,新浪微博是一款成功的产品。自从有了新浪微博之后,一次次国内的新闻热点在微博上引爆,甚至推动相关领域的进步。

在2009年底,新浪就开通了“政务微博”。到2013年底,整体微博数量达到10万多,其中机构微博7万多,认证的公职人员3万多人。曹国伟希望微博能成为政府与民众提供社会服务的平台。

与微博的理念不同,曹国伟一直坚持低调,不轻易发声,关于理想、思想、偶像,这些事儿他都不会主动去谈。

如今,沉静的曹国伟又将目光投向了远方。去年,新浪微博与美国巴宝实现了战略合作,这两个平台都有大量国内用户创造内容的空间,这两个平台可以借微博获得移动互联网入口,而微博则可以借阿里,打通移动互联网。

与马云等互联网大佬常常夸大据媒体显著位置不同,丁磊则低调得多,近些年甚至显得有些低调,相对于新浪微博的火爆,腾讯微信的普及,网易的反击似乎不够彻底,而随着信息等新产品的推出,丁磊这位技术信徒似乎正在找回自己,重新出发。

财经作家吴晓波对丁磊给出了这样的评价:“一个互联网的信徒,为一个兴趣而工作的人。”

在曹国伟看来,丁磊如今也只不过四十出头。在大部分年轻人还身处迷茫的时候,他已少不得志。他能抓住中国互联网第一波创业浪潮的机会,这与他将决走体制外的选择有着很大关系。

丁磊出生在浙江奉化,那里也是蒋介石的家乡。他的父亲是电子工程师,或许还受父亲影响,丁磊从小就喜欢看科学类读物,也爱把收音机之类的电子玩意儿拆拆装装,甚至在初一时就组装过当时难度很高的六管收音机。

不过,少年时代的丁磊并没有展现出更多神童般的才能,读高中时甚至一度因为成绩不好而被老师批评“进了全班的后厨”。

1989年,他以略高过重点线的成绩考上了电子科技大学通信专业。但他经常逃课去旁听计算机课程,并观察到计算机对人类的影响已不只是一种计算或者教学的工具。

本科学业之后,丁磊被分配到当时令人羡慕不已的好单位——宁波电信局。

有了详尽的查核就有发言权。在一次和华尔街投资者的电话会议中,分析师问丁磊:“你们的游戏在网吧的配置会不会太低,导致游戏运行不了?”“你有实际去网吧观察这个事情吗?”

“没有。”

“我刚把中国网吧跑了一遍,你自己去看清楚。”丁磊回应道。

随着短信、网游两大业务的全面开花,互联网广告业务也开始稳定上升。网易变成了纳斯达克的宠儿。著名的财经通讯社彭博更是评价网易为“成长性可以称为纳斯达克第一股”。

32岁那年,丁磊被评为中国“首富”。在得知这一消息后,丁磊感到“茫然”。当晚,他照旧去大排档喝酒。

生活悠闲的丁磊并非权贵出身,自称不擅攀附权贵。他依靠的是自由公平以及技术的信仰。“直到现在,我也敢说,我赚的每一分钱都是干干净净的。”

多年的商场拼杀,并未让他变得圆滑世故,相对公平自由的互联网世界反而让丁磊保留了一份纯真个性。

在一次论坛上,主持人当众提问丁磊:“你用哪家微博潜水?”丁磊抱着坐在右边的曹国伟,“用新浪。”

“为什么不用腾讯?”

“我当然要去这个行业最先进的产品学习。”

“你不怕马化腾生气?”

“不会吧。”他探出脑袋,马化腾和他只相隔一个座位。

|| 言论

门户崛起:互联网走进生活

■王庆

1997年对中国互联网来说是至关重要的一年。这一年,联想公司宣布前一财年卖出了43万台电脑,超越IBM占据中国市场的头把交椅。

2月,33岁的张朝阳成立搜狐网站;6月,丁磊成立网易;9月,王志东为四通利方拿到了650万美元风险投资。

也正因为1997年的这些萌芽,有人将1997年称作“中国互联网元年”。

这类网站本地资讯为主,一般包括:本地资讯、同城网购、分类信息、征婚交友、求职招聘、团购集采、口碑商家、上网导航、生活社区等频道。网内还包含电子图书、万年历、地图频道、音乐盒、在线影视、优惠券、打折信息、旅游信息、酒店信息等非常实用的功能。

和全国综合性的门户网站不同,地方门户网站能够更加精准地满足某一地区网民的需求。假如网络搜索是个大食堂,综合性门户网站就像大锅菜,而地方生活门户网站则更像是精美的小炒。

丁磊:技术信徒爱自由

■本报记者 王庆

在吴晓波看来,丁磊是一个比较直率的人,“好恶写在脸上。”

一起研究产品开发时,丁磊有时会走出自己的办公室,大喊:“这TM做的什么玩意?”有时,则大笑著说:“我觉得做得不错”,很NB,你们。

丁磊对自己的评价是:“我性格直接,包容性差,所以只能给自己标一个真小人,而不是真君子。”但他也强调,“坦荡荡很重要。”

当年创业之初,一位投资人在在和丁磊聊完之后感觉丁磊是个很厉害,更像是工程师,投资方更是有后人担心:“会不会市井多了,丁磊这个CEO真不知道能不能出类拔萃的人。”

在丁磊看来,即使追求利润,CEO也不应忽视自己的责任,他不允许色情出现在游戏中。

相对丁赚了,丁磊有时更愿意做一些不赚钱的理想主义产品。

比网易公开课,据说,这源自一位员工记丁磊的办公室说:“老板,我看到国外有很好的公开课,我给你投10万块,我来做。”至今,网易公开课一共免费制作12000集课程,每年投入千万元。

公开课反映了丁磊对改变教育的期望。他想让一些老师意识到“如果不上,饭碗会掉”,“我学生”在互联网上看,同样一节课,老师怎么这个没讲到?这就是互联网精神,开放与平等。”

或许是丁磊的这种个性,使得网易相对“保守”,对追求利润的欲望不够强烈。近年来,从微博到移动互联网,网易似乎总是慢半拍。

不过,从去年推出易信,到今年推出全新游戏,网易接连打出一系列组合拳。丁磊似乎是在找回失落这几年,重新在互联网找回自己。

随着中国门户网站兴起,一些专注于细分领域的门户网站开始展现出其独特价值。互联网依托于IT技术,当我们谈到IT门户网站的时候,就不得不提到中国首家IT消费门户网站极网(www.yesky.com)。

其前身(电脑报)网站成立于1997年2月,2000年3月正式启用www.yesky.com这一域名。极网以“引领数字消费”为理念,面向广大IT消费者和爱好者。它提供电脑硬件、软件、数码、商情、手机、笔记本、游戏、互联网、数字家庭、教育、下载等IT资讯,并为用户提供专业的技术疑难、指导数字科技消费,整合时尚生活潮流。同时提供对客户O2O 联合营销方案,打造线上线下整体串联联动服务。

极网依托天极传媒集团。该集团是中国大型IT数字传媒集团,旗下拥有六大网站:比特网、极网、IT专家网、52PK游戏网、手机天和网、一个IT信息传播网络:IT分众。

依托强大的资源,天极传媒面向IT商务人群、IT数字人群、IT技术人群、IT经销商人群、IT手机人群和IT分众人群等各类精准受众,全面提供“资讯+导购+互动”的IT媒体全方位服务,并提供包括整合、精准、互动、创新的全方位网络营销产品服务。

市场总是不断细分,作为上网的主力人群,也是接受新事物最快的群体——学生的需求被很快发掘。校园综合性门户网站开始涌现。该类网站以贴近学生生活为主,包括:校园最新资讯、校园娱乐、校园团游、跳蚤市场等等。

不仅如此,越来越多的专业性门户网站也不断细化门户网站市场,满足着人们对于游戏、服装、美食、建筑、机电等方面的特定需求。

发现门户网站机遇和趋势的不仅是商家,政府也逐步通过建立和完善自己的门户网站,来更好地传播政策,加强与民众之间的沟通与互动。

随着技术发展,人们不再满足于被动地接受信息,而希望通过网站更好地表达自己。博客恰逢其时地诞生了。值得一提的,是依托于新浪网的新浪博客迅速风靡全国。

徐静蕾、韩寒等成为博客时代互联网上最耀眼 的写作者。同时,参与写作的不仅是名人、职业作家,依托于门户网站的个人博客带动了全民写作。每个人都可以将网上记录、分享自己的生活,表达自己的见解。

总之,门户网站拉近了人们和信息的距离,拉近了消费者和企业的距离,更使得人们在信息获取、言论表达等方面变得空前平等起来。

张朝阳:“爱秀”CEO

■本报记者 郝俊

目,你能看100万次电视才会看到一次杨振宁的面孔。”

秀亦有道

张朝阳曾说自己有两个梦想:是一个人或一帮朋友出去玩,结束时坐飞机到海边游泳晒太阳;另一个是让搜狐成为中国互联网的珠峰——“那正是我尽情作秀的巨大舞台。”

CEO的“秀派”路线和策略,也的确为公司带来了诸多利好,搜狐在短短几年间迅速走红,业绩飙升。

2000年7月12日,搜狐在美国纳斯达克正式挂牌上市;2001年,被《财富》杂志评选为全球25位企业新星之一;2002年,创业6年后,搜狐在第二财季提前预期6个月首次实现现金流盈利;2003年,搜狐市值超10亿美元,成为国内三大门户网站中的最高。

另一边,网络世界日渐喧嚣,张朝阳的“爱秀”自然成为不喜爱他的网民们口诛笔伐的议题,因为他的“霸气外露”实在不符合传统国人对企业家的想象。

一份网上调查显示,在中国互联网界的名人中,张朝阳曾是受指责最多的人。有人批评他“不干事”“咋呼,爱张扬”;还有人觉得他“形象不好”“博而不精,华而不实”,是个“投机者”。

“做生意就得给股东带来价值,这是商业的最高原则。”对于这些批评,张朝阳其实并不关心。在他眼里,作秀无非是一种经济行为,而互联网时代的新经济,必须张扬个性。

2003年SARS席卷中国之时,张朝阳组织“中国搜狐登山队”向珠穆朗玛峰发起挑战。他本人并没有选择登顶,而是将脚步定格在6666米,用手机发回彩信后折返而至,“6666”恰是当时搜狐短信的短信号码。

一时间,搜狐俨然成为“草根”的主流。张朝阳引领着互联网公司的营销潮流,这位掌舵人“秀言秀行”中的一切实则都是为了搜狐的发展。对于制造话题和热门事件,已名声大噪的搜狐和张朝阳似乎始终乐此不疲。

就在人们以为微博市场将迎来一番风雨腥风的断杀时,张朝阳突然从媒体和公众面前凭空消失了。近两年的时间里,他自称在“闭关自省”,每当有媒体问及背后原因,他都会从人类为何会遭遇精神危机说起,而他本人身上究竟发生了什么,至今仍是个体谜。

直到2013年春,张朝阳重回江湖,这位“中国最受爱戴的互联网公司CEO”打算让搜狐重返互联网的舞台中央。

再战江湖,搜狐视频帮助张朝阳完成了救赎。它突然爆发的奇异性,让这位第一代互联网创业先驱,再次回到如今的互联网一线大佬站在了一起。

“我秘密的东西,不希望以信息的方式表达出来。”私人生活,他偶尔自问:“我是创造了注意力成功的,但还是会觉得,我这是在干嘛呢?”

在寻求这些关于本源和终极的答案时,张朝阳又是低调的。他坚守着自己关于“隐私”和“公开”信息的边界。

张朝阳又是低调的。他坚守着自己关于“隐私”和“公开”信息的边界。

“私人秘密的东西,不希望以信息的方式表达出来。”私人生活,他偶尔自问:“我是创造了注意力成功的,但还是会觉得,我这是在干嘛呢?”

然而,张朝阳并不打算放弃他善用“秀场”的营销之道。

2014年4月,他出现在搜狐投拍的自制电视剧《匆匆那年》的片场,这一次,他“客串”了一把老师,在黑板上写下了一部“文革”时代非常有名的电影片名——《战舰》。

在眼下产品和技术的移动互联网时代,张朝阳似乎正在那个成为“爱秀”代名词的互联网明星“复装”,但他仍然愿意保持自己“娱乐大亨”的公众形象。



张朝阳

至一度扬言要将张朝阳告上法庭。

不久之后张朝阳在接受媒体采访时表示,“婚礼直播事件”让他成为了舆论焦点,于是顺水推舟,“之前一直游荡在娱乐圈边缘地带,现在被推到了中心。”

说起自己充满娱乐精神,张朝阳更是坦然相对,因为“搜狐的业务本来就和娱乐关系很密切”。

一波未平一波又起。在人们将要淡忘“大S婚礼事件”时,张朝阳亲临上海车展,购置了一辆价值400万元的法拉利跑车,并且再度用搜狐微博直播了当天在车展的所见所闻,引发线上阵阵阵骚动。

就在人们以为微博市场将迎来一番风雨腥风的断杀时,张朝阳突然从媒体和公众面前凭空消失了。近两年的时间里,他自称在“闭关自省”,每当有媒体问及背后原因,他都会从人类为何会遭遇精神危机说起,而他本人身上究竟发生了什么,至今仍是个体谜。

直到2013年春,张朝阳重回江湖,这位“中国最受爱戴的互联网公司CEO”打算让搜狐重返互联网的舞台中央。

再战江湖,搜狐视频帮助张朝阳完成了救赎。它突然爆发的奇异性,让这位第一代互联网创业先驱,再次回到如今的互联网一线大佬站在了一起。

“我秘密的东西,不希望以信息的方式表达出来。”私人生活,他偶尔自问:“我是创造了注意力成功的,但还是会觉得,我这是在干嘛呢?”

在寻求这些关于本源和终极的答案时,张朝阳又是低调的。他坚守着自己关于“隐私”和“公开”信息的边界。

张朝阳又是低调的。他坚守着自己关于“隐私”和“公开”信息的边界。

“私人秘密的东西,不希望以信息的方式表达出来。”私人生活,他偶尔自问:“我是创造了注意力成功的,但还是会觉得,我这是在干嘛呢?”

然而,张朝阳并不打算放弃他善用“秀场”的营销之道。

2014年4月,他出现在搜狐投拍的自制电视剧《匆匆那年》的片场,这一次,他“客串”了一把老师,在黑板上写下了一部“文革”时代非常有名的电影片名——《战舰》。

在眼下产品和技术的移动互联网时代,张朝阳似乎正在那个成为“爱秀”代名词的互联网明星“复装”,但他仍然愿意保持自己“娱乐大亨”的公众形象。

张朝阳的高效传输。

汇集了高品质内容资源、多元化的营销矩阵、高新技术以及丰富的营销形态,天极网更是从2011年开始在开放平台及移动互联网背景下探索全新媒体格局,以互联网+资源强化媒体优势,搭建更为成熟的IT新媒体营销模式,实现基于大数据用户信息基础上的更多层级人群覆盖。

(天音整理)



本张图片来自百度图片



除了新浪、网易,中国互联网门户网站浪潮席卷而来的时候,还有一些具有自身特色的门户网站成了最早“吃螃蟹”的一批。其中,中华网就是中国成立最早的门户网站之一。

中华网(www.china.com)成立于1999年5月,下设三个事业部:无线事业部、游戏事业部、汽车事业部,三大事业部以中华网平台为依托,在各自领域为网民提供纵深垂直服务。

作为一个综合性的网络媒体,中华网拥有中国访问量最大的军事站点——中华网军事,

同时中华网新闻、财经、娱乐、体育、科技、旅游等近20个频道每天向世界滚动播报最新最全的信息和服务。

中华网拥有广泛的社会影响力和行业影响力,其主办的一系列活动已成为行业标志性事件;中华网汽车事业部已举办六届“中国汽车设计大赛”,连续六年举办“中国汽车市场消费信誉调查”,均成为业界的年度盛事。

中华网游戏事业部连续六年举办规模盛大的“中国网页游戏高峰论坛”和“优秀网页游戏评选”,在全国业界享有盛名和号召力。特别是2013年与中国游戏工委、嘉兴市南湖区政府联合举办的第六届全球华人互联网大会暨中国网络媒体参与,在全国产业链最齐全的一次盛会。

中华网社区是大型华语社区,中华网汽车频道连续三年在同类商家获“中国互联网品牌频道”称号。

中华网在体育报道与体育营销方面亦卓有建树,是第十三届全国运动会独家互联网合作伙伴;第六届冬奥会独家互联网合作伙伴;2010年5月,中华网又与第三届亚洲沙滩运动会组委会签约,成为2012年海阳亚沙会的独家互联网合作伙伴。亚

沙会是与亚运会并列的亚洲五大赛事之一。

中华网拥有高水平的网络广告策划团队,擅长制定个性化的网络营销精准服务。

中华网股东为国广环球传媒控股有限公司、国广环球传媒控股有限公司(简称“国广控股”或“GMC”),系中国国际广播电台(CRI)与中国国际广播电视网络台(CIBN)传媒及文化产业全国经营性网络唯一运营平台,担当着助推国际台建设现代、综合、新型、国际传媒集团的重任。

今年,以“新理念 新战略 新媒体”为主题的中华网多语种全媒体平台启动。这意味着中文中华网及包括中华网英文版站、俄文站、日文站等11个多语种分站在内的全新中华网正式上线,也标志着中华网加入国际控股大家庭后的“多语种、全媒体、多终端”全新战略正式启动,中华网开启全新篇章。

围绕“多语种、全媒体、多终端”的战略核心和“人无我有,人有我新,人新我深”的品牌价值理念,中华网将通过与中华网行业、企业以及城市频道三条业务主线的并行推进,与王牌频道形成合力,共同实现中华网从时政强站到综合强站的转型。

(天音整理)