

商 业

P41 百度强势楔入电子商务市场
马云纠集搜索伙伴伺机反击

业内近期两件看似不相关的事情,都将焦点集中到电子商务领域中的搜索上。而在国内搜索市场风起云涌的背景下,电子商务中的搜索越来越受人关注了

P42 智能手机专利诉讼案频现
行业巨头愈发重视移动平台争斗

知识产权似乎已不再是独创性和创新的标志,它正在演变成公司间相互打击的有效工具。就目前而言,尽管围绕 Android 平台掀起的专利诉讼风暴不断,但故事的寓意远不止案件本身那么简单

产 业

P44 中国移动密谋 TD 反击战
高端手机市场硝烟弥漫

中国移动 TD 产品阵营正在不断丰富,但高端旗舰产品的缺失,致使中国移动的 TD 用户较为低端,影响力输于竞争对手。而它企图接下来在旗舰手机上扳回一局,面临诸多不确定因素

P46 SNS 集体疲软求转型
融合电子商务再出新招

时下,遭遇业绩大幅下滑及赢利困境的 SNS 网站正在加快转型的脚步。发挥人际关系优势加入电子商务应用的模式,能否拯救境况低迷的 SNS 企业

P47 微软与 Facebook 深化合作
美国市场上演双英战谷歌

人们喜欢谷歌胜过微软,喜欢 Facebook 又胜过谷歌。在这种微妙的局面下,微软与 Facebook 展开搜索合作,相当于同时引发了两场战争

P49 郭为疑似提前炒作分销信息
乔布斯取消神码 iPad 首批代理权

史蒂夫·乔布斯终于开始重视中国市场了。继 iPhone 热卖后,iPad 正式入华的脚步走得越来越近,首批在华代理商于不久前公之于众。而这份名单也表明了苹果公司在华战略的改变

P50 无效专利商业模式拖垮业绩
朗科创始人势弱被董事会逼走

自有产品打不开市场,仅靠基础专利盈利对中国中小企业来说,绝对难以持久。朗科科技用惨淡的业绩向业界证明了这一商界至理

公 司

P52 戴尔转型忙而不乱
多元化业务并举重塑自我

无论是发布智能手机,还是对 3PAR 的拼命争夺,

IT时代周刊



都说明了一个问题——戴尔希望重塑自我,从一家 PC 和服务制造商发展成为一家业务齐全的 IT 产品和服务厂商

P54 诺基亚寄望埃洛普扭转乾坤
重塑行业领导地位任重道远

推出与 iPhone 相抗衡的产品,最终任务落到了诺基亚新任 CEO 埃洛普肩上。新官上任三把火,火怎么烧,成了业界关注的话题。烧得好,就可烧掉



腐朽的东西,相反则会引发风险,包括诸多的不稳定

P56 LG 电子创始人之孙接掌帅印
欲发力全球智能手机市场

LG 电子坚信,只有赢得智能手机大战才能赢得未来,所以,当其手机业务遭遇史上最大亏损,进而拖累公司整体业绩之时,它决定换帅

P57 复制苹果模式引发客户惊慌
甲骨文被 IBM 视为最大对手

甲骨文正在演变成一个庞然大物,它宣称将为用户提供所需要的几乎所有的技术和软硬件产品

P59 高品质敌不过价位劣势
西门子降价求生反陷泥潭

为应对中国本土白电品牌市场份额逐步上升的局面,西门子欲借“价格放水”的政策来维持市场,但这也意味着西门子正在加速褪去昔日塑造的高端形象,并有可能给将来的发展留下一道致命伤



P60 提振广告业绩不忘大举收购 美国在线继续向复兴挺进

美国在线的现任当家人为这个萎靡的互联网巨人规划了未来蓝图,虽然距离实现路途尚远,但它正不断迈出新步伐

P62 黄光裕携收回非上市业务逼宫 陈晓分段退出张志铭有望重掌国美

如果 370 多家非上市门店和“国美电器”的商标被黄光裕收回,市场上可能出现上市和非上市两个“国美”并存的双轮局面

P64 中国联通内外出击 否认 iPhone4 饥渴营销

与国际市场的风云诡谲相比,中国联通在国内市场还有很大的挖掘潜力,新上市的 iPhone4 供不应求,从侧面说明,凭借优秀的 3G 制式以及顶级的终端,完全可以为自己加分,关键是中国联通如何利用好自己的优势资源

P66 频繁融资难抵巨亏 京东商城扩张引发后遗症

获得 1.5 亿美元融资的京东商城在多个领域急速前进的同时,也遭遇到扩张战略带来的资金和服务危机

专 栏

P67 我们是否应该警惕谷歌霸权

特别报道

P68 索罗斯揣 90 亿美金坐镇香港 中国面临新一波热钱冲击

令全球金融监管者头疼的人物索罗斯,时隔 12 年卷土重来。此次,裹挟在他背后数以万亿计的国际投机资本,会给中国掀起多大的波澜

博客精选

P70 创业初期指望 VC 不如靠自己

P71 以免费的名义赚钱

P72 网络营销不是做个网站而已

P73 创业者必须具有团结、诚实 和学习的品质

大师论道

P74 伟大企业必须坚守“最高准则”

在很多公司里,“说的一套”和“做的那一套”完全不搭边,它们很难定义出属于自己的最高准则。但真正基业长青的公司,必须说到做到,恪守自己的最高行为准则

管理实务

P76 空谈价值观会让企业跌入深渊
许多企业喜欢做表面文章,炮制一些所谓的价值观,用一成不变的陈词滥调宣扬诸如“永远把客户放在第一位”之类的口号而不加以落实,事实证明这对企业来说是致命的创伤

见 解

P78 魅族 M8 停产是低劣的炒作



P78 中国网民隐私脆弱之痛

P79 国产手机走出去不代表能站起来

社 评

P6 让侵权者犹如丧家之犬

领袖视点

P14 如何创建幸福企业

P16 一本好杂志就是一份沉淀

P18 互联网公司是怎么衰落的

P20 全球经济复苏的最大挑战 是发达国家产能过剩

观察与思考

P22 广电集团高管暴富之谜

P24 马云为何执意进入银行业

外刊速览

P26 微软Adobe 联手对抗苹果

P26 婴儿潮一代应做的贡献

P26 如何避免货币大战

P28 安静的工业巨人

P28 德国的清洁能源梦想代价昂贵

P28 最令亚马逊畏惧的对手

总编辑随笔

P2 谴责蒙牛雇用网络打手
诋毁对手的恶劣行径