



刘强东

# 刘强东的“京东梦”

本报记者 徐蕾

## 说优势

### 诚信经营 关切“消费者体验”

在“首届世界互联网大会”开幕前一天，本报记者来到京东集团位于北京的总部。刘强东如约而至，依然是笔挺合身的西装，精神奕奕。

对于今年5月登陆美国市场的京东而言，刚刚结束的“双11”意义格外不同，因为多了资本的注目和压力。刘强东告诉记者，今年的“双11”，业绩超出他的预期。“当天京东接到的订单总数超过1400万单，订单量和销售额较去年相比都增加了一倍以上。”

在访谈中，刘强东表示，“双11”在京东的销售份额中并不是很重，他更关注的是客户在京东的消费者体验。“客户选择我们的原因，是看重我们是正品行货、诚信经营以及有最好的消费者体验，这也是京东的优势。未来京东会在这三方面继续加强。”

访谈中，刘强东讲到了一个细节，他看到客服部门每个员工的桌子上都有一个镜子，便想是不是女员工爱美？后来员工告诉他，当和客户通电话时，要照照镜子，要提醒自己时刻保持微笑。“这完全是一种自发行为。在京东，客户为先这种价值观已经深入到每个员工的骨髓里。”

11月4日，李克强总理召开了一个企业家的座谈会，刘强东作为电商企业的代表出席并发言，倡导推行电子发票，倡议卖家进行电子工商注册等，呼吁诚信经营，杜绝假借售假。刘强东直言，中国的电子商务现在已经是全球第一了，高速发展过程中，也隐含着很多的危机。“假货是阻碍新消费者的重要原因，影响整个行业的健康成长。很多拒绝网上购物的人，都怕在网上买到假货。”

“比如说，电子工商营业执照申请了之后，如果发现一个卖家在另一个平台上售假了，他的执照就会被取消，他在别的平台也无法继续经营下去。”说到诚信经营，言语简单的他侃侃而谈。“为了中国的电商更加平稳、快速、健康地发展，政府一定要有所为，比如在打击假货方面，出重拳，这样才能够迎来未来20年中国电商更高速增长。”

京东现在已经拥有5万多个商户。据介绍，今年京东对售假的商户惩罚力度猛增。“发现一件假货，索赔额100万元人民币起。”刘强东说，“京东会把售假的卖家名单、地址发给国家工商总局、质检总局，希望国家执法部门查抄他的办公室，查抄他的库房，让他的公司倒闭，让他的企业无法持续经营下去，真正保护消费者权益。”

抄他的库房，让他的公司倒闭，让他的企业无法持续经营下去，真正保护消费者权益。”

## 重“多赢”

### 切入移动端 布局“农村电商”

在电商市场竞争中，京东当然有自己的杀手锏，那就是在移动端的切入。“在‘双11’当天，京东来自移动端的订单数量占比超过40%。毫无疑问，未来发展京东移动业务，是重中之重。”刘强东告诉记者，京东微店和拍拍微店都已经上线，增长速度非常快。京东在移动端的发力成效显著。

说到未来电商行业发展的驱动力，刘强东直言，有三部分：农村电商、食品生鲜、互联网金融。农村电商这部分将是京东未来的发展重点。

“电商的发展把农村、城乡的差距拉平。京东在今年上半年‘渠道下沉’，核心就是把我们的物流系统发展到镇、到村，下半年我们的目标就是到村。”刘强东告诉记者，京东采取的是村民代理的方式。“每一个村找一个村民代理，他负责做京东的物流，负责收钱，负责售后服务，不仅有效地服务好全村，也能够增加农民的收入。”

刘强东做事目标性很强，不仅注重企业盈利，更看重“多赢”。“一个企业要成功，如果做不到多赢，企业的可观利润终究是不可持续的。我没有见到哪一个单赢的公司能够存活超过20年。”

今年5月，京东在美国上市。在刘强东看来，“本地的市场总是有限的，如果你想获得更多的用户，更多的市场份额，销售更多的产品，自然而然就应该把市场放到全球上去。”刘强东告诉记者，京东现在正在积极布局，通过全球购的方式，把中国的产品通过京东直接卖到全球的消费手里；另外京东也会在跟中国市场相似的区域，积极地去投资。

## 谈梦想

### 创造价值 为全球消费者服务

与前几年相比，最近几次在不同场合见到的刘强东，脸上微笑多了，温和也多了，更年轻更帅气，记者打趣问他，是不是爱情的滋润？

刘强东幽默得回应。“你看到我脸都红了。”他直言，自己并不喜欢把私生活公开让人们

去讨论。“毕竟我不是一个娱乐圈的人物。我还是希望能够踏踏实实做事。”

事实上，在外界眼中，刘强东非常强势，有媒体称其为“互联网铁血枭雄”。记者问他，现在市面上写刘强东的书，如《不战斗、不成功》、《刘强东：杀出一条血路来》书名都非常张扬。“生活中，您是什么样的人？”

“生活中，我是非常简单，低调，不张扬的人。”刘强东认真地说，“但是因为京东的发展速度非常快，我们从小柜台做起，在高速成长过程中会对相关行业形成一种很大的冲击，所以会给大家‘张扬’‘强势’的感觉。”

刘强东从中国人民大学毕业后没几年，自己创业摆起了摊子，如今的京东已经在美国上市，市值近400亿美元。“您满意自己取得的成绩吗？”

“人的欲望是推动社会进步的非常重要的力量。”刘强东巧妙地回应了记者的问题，他话音刚落，记者附和道：“您是有欲望的人。”刘强东大笑。“我创业，只有两个原则。第一，就是你一定要做喜欢做和擅长做的领域；第二，你做的事情必须能够真正创造价值。也只有这样，才值得你用一生去投入，去坚守。”

在刚刚结束的“首届世界互联网大会”上，刘强东豪言称，京东要解决的是中国社会的商业成本和效率问题。

“您一定还有更大的梦想，您的京东梦是什么？”记者在访谈中，刘强东更多的表情就是严肃和认真，但是一谈到“梦想”，他的脸上立刻露出温暖的笑容。

“我觉得不管是一个人还是公司，都应该有自己的梦想。京东最大的梦想是希望有一天，有能力去整合全球来自于不同文化、宗教、知识背景的一流的人才，为全球的消费者服务。”刘强东充满自信，这份自信来源于实力、来源于精准的战略、来源于对未来趋势的把握，更来源于对梦想的热爱、坚持和勇敢挑战。



# “百度传媒”12月发布 朱光：着力新媒体生态建设

本报电 在刚刚结束的“首届世界互联网大会”上，百度副总裁朱光在《互联网新媒体的未来》分论坛上做主题演讲时透露，百度将于今年12月发布推动传统媒体与新媒体融合的新平台——“百度传媒(Baidu Media)”，这被认为是继“百度百家”之后，百度进一步推动新媒体生态建设的重大举措。

朱光指出，移动互联网时代，网民上网时长明显优于PC互联网时代，但传统媒体的阅读时长却普遍在下降。传统媒体要把握住新机会，需要有一个良好的新媒体生态。“百度传媒”就是百度凭借技术特长和资源优势打造的全新平台，将助力传统媒体拥抱移动互联网时代，实现传统媒体与互联网的双赢。

从模式和形态上看，“百度传媒”可以简单理解为传统媒体的“百度百家”。“百度百家”是百度于2013年12月上线的自媒体平台，通过引入百度联盟的广告模式，入驻作家在该平台发布文章后，将根据流量获得收入分成，并依托百度新闻流量资源，获得流量、渠道、内容方面的推广。这一模式用技术让自媒体作者获得了良好收益，收入较高的作者月收入能达到3万元以上，被认为是用互联网模式首次建立完整的自媒体生态链，为百度再次展开媒体生态建设的大胆创新奠定了基础。

即将发布的“百度传媒”致力于在传统媒体转型期解决传统媒体和新媒体融合的问题。平面媒体将电



朱光

子版或网站内容放到“百度传媒”平台上，百度不仅会通过平台为媒体带去访问量，同时还引入百度联盟的广告模式，通过技术为传统媒体带来变现收入。

“技术将是推动媒体形态变革的重要因素。目前，百度正在大力投入大数据和人工智能技术。”朱光指出，“‘百度大脑’已经拥有了百亿级神经元，通过学习和建模，为每位用户提供全维度的个性化推荐，真正实现‘千人千面的个性化新闻’，推动传统媒体与新媒体加速融合。” (徐蕾)

## IT领秀



# 网络时代全民攻防战

罗琪

经过了近半个世纪的发展，互联网已渗透到人们日常生活的方方面面。在享受网络世界的种种便利时，层出不穷的网络犯罪和安全问题也给人造成困扰和损失。钓鱼网站、信息泄露、网络病毒、电信诈骗、网上谣言等网络风险越来越经常地出现在人们的身边，加强网络安全已成为民众的迫切需求。

中央网络安全和信息化领导小组办公室(中央网信办)会同中央机构编制委员会办公室、教育部、科技部、工业和信息化部、公安部、中国人民银行、新闻出版广电总局等部门，于11月24日至30日举办首届国家网络安全宣传周。宣传周以“共建网络安全，共享网络文明”为主题，分别设置了“启动日”、“政务日”、“金融日”、“产业日”、“电信日”、“青少年日”、“法治日”等7个主题宣传日，围绕当前网络安全的重点领域，举办专题宣传活动。这是中国第一次举办全国范围的网络安全主题宣传活动。

## 网络风险就在身边

提高网民的网络安全意识是本届宣传周的出发点之一，从11月24日开始在北京中华世纪坛举办的“感知身边的网络安全”公众体验展将贯穿宣传周的7天。

体验展分为生活中安全、商务中安全、通信金融网络安全等主题展区，通过现场演示、观众互动等形式，直观展示网络欺骗、网络钓鱼、网络攻击等场景，介绍日常生活工作中存在的网络安全风险，帮助公众提升网络安全防范意识，增强网络安全防护技能。

公众体验展设立了虚拟人物形象“小安”，围绕小安在日常生活和工作中可能遇到的各种网络安全威胁，介绍百余个不同类型典型案例。同时，通过软件系统、硬件设备、现场互动等多种形式，让参观者亲身体验木马病毒攻击、手机入侵破解、银行卡盗刷、个人信息窃取等常见网络安全风险。

“绵羊墙”是在西方举行的各种黑客大会或安全大会上经常出现的趣味活动，在本届宣传周的互动体验区就有这样一面“绵羊墙”。组织者事先设置了专门的钓鱼Wi-Fi，一旦观众手机接入此Wi-Fi，就会通过钓鱼页面骗取手机号码等信息，展示在“绵羊墙”上。该体验活动意在提醒观众，安全威胁无处不在。

## 网络习惯就像吃饭前要洗手

知道风险后，如何防范更加关键。本届宣传周为公众提供了生动的网络安全知识系列讲座，普及实用网络安全知识和基本网络安全防护技能。

国家网信办网络安全协调局局长赵泽良认为，网络安全基础的问题就是提高6.32亿网民的安全意识和安全技能。“就像是卫生问题一样，网民应该形成良好的网络习惯，要像吃饭前洗手一样顺其自然。”

赵泽良对网民提出小建议：保护自己的信息安全，要做到三点，一是不轻易下载来历不明的程序；二是注意保护账号和密码，密码该长要长，时间长了要换一换；三是程序要及时打补丁。做到上述3点，能解决85%的问题，剩下的15%留给专家解决。

## 网络安全宣传国际通行

大张旗鼓地宣传网络安全，是国际通行的做法。长期以来，美、



英、澳、日、欧盟等国家和地区都曾组织开展不同形式的网络安全主题宣传活动。

美国作为世界第一的网络强国，对网络安全问题极其重视。2004年美国就启动了国家网络安全意识月活动，至2014年已连续举办11届。作为互联网技术的发源地与最大基地，美国很早就认识到提高全民网络安全意识、提升网络安全防护能力的重要意义。

英国自2005年起在每年10月组织开展全国范围的国家防身份欺诈周活动，通过专门网站提供大量资源，帮助公民和企业避免身份盗用犯罪造成的严重后果。

澳大利亚自2008年起每年组织国家网络安全宣传周，主要是教育家庭和小企业用户采取简单步骤保护其在线个人信息和财务信息。

日本自2011年起将每年2月设立为日本网络安全宣传月，具体活动包括网络安全演讲、网络安全培训课程、大篷车宣传活动、网络安全课堂等。

欧盟于每年10月举行“欧洲网络安全月”意识教育活动，范围覆盖全欧洲，旨在提升公众网络安全意识，改变公众对网络威胁的理解，同时通过教育和共享最佳实践等方式为公众提供最新的安全信息。

此外，新加坡、加拿大、新西兰、斯里兰卡、挪威等国家也都有年度网络安全宣传周活动。

网络安全对任何一个国家来说均属于国家层面的事务，网络安全的宣传必须广泛深入持久地开展。首届国家网络安全宣传周是中国第一次举办全国范围的网络安全主题宣传活动，此后，国家网络安全宣传周将于每年11月最后一周举行。(作者系海外网编辑)



搜狗搜索

海量公众号,选择困难症?

用搜狗微信搜索 无需关注,直击内容



## 中俄互联网合作加速

本报电 11月18日，俄罗斯境内最大的社交平台VKontakte与中国最大的海外移动营销服务商YeahMobi深度合作新闻发布会在北京国宾馆举行。在APEC刚刚举行完毕、中俄双方领导人结束了友好的会晤之时，这一互联网界的合作进一步加深了中俄双方经济领域的良好互动。

VKontakte海外负责人强调说，俄罗斯电子商务市场是一个开放的市场，年销售额已经超过了100亿美元，到2018年将再增长18%。这一巨大的蛋糕吸引了各国电商纷纷角逐俄罗斯互联网市场，这就为中国电商在未来进军俄罗斯市场提供了市场契机。

而YeahMobi公司一直致力于建立中国移动互联网产业出海快速通道。该公司负责人介绍说，随着近年来，进行跨境购物的俄罗斯人越来越多，中国的速卖通、阿里巴巴和淘宝等电商平台受到俄罗斯网购者的欢迎，B2C等外贸电商正在改变中俄贸易的格局。此次中俄两家网企实现跨境合作，对于推动中国企业走出去有着重要意义。

近年来，俄罗斯互联网行业增长非常强劲，甚至出现一个井喷趋势，此番的跨国合作，意味着中俄双方经济合作关系愈加成熟，不仅给双方企业未来的“走出去”提供了更好的发展前景，更有利于中俄战略合作伙伴关系的发展。(宋胜男)