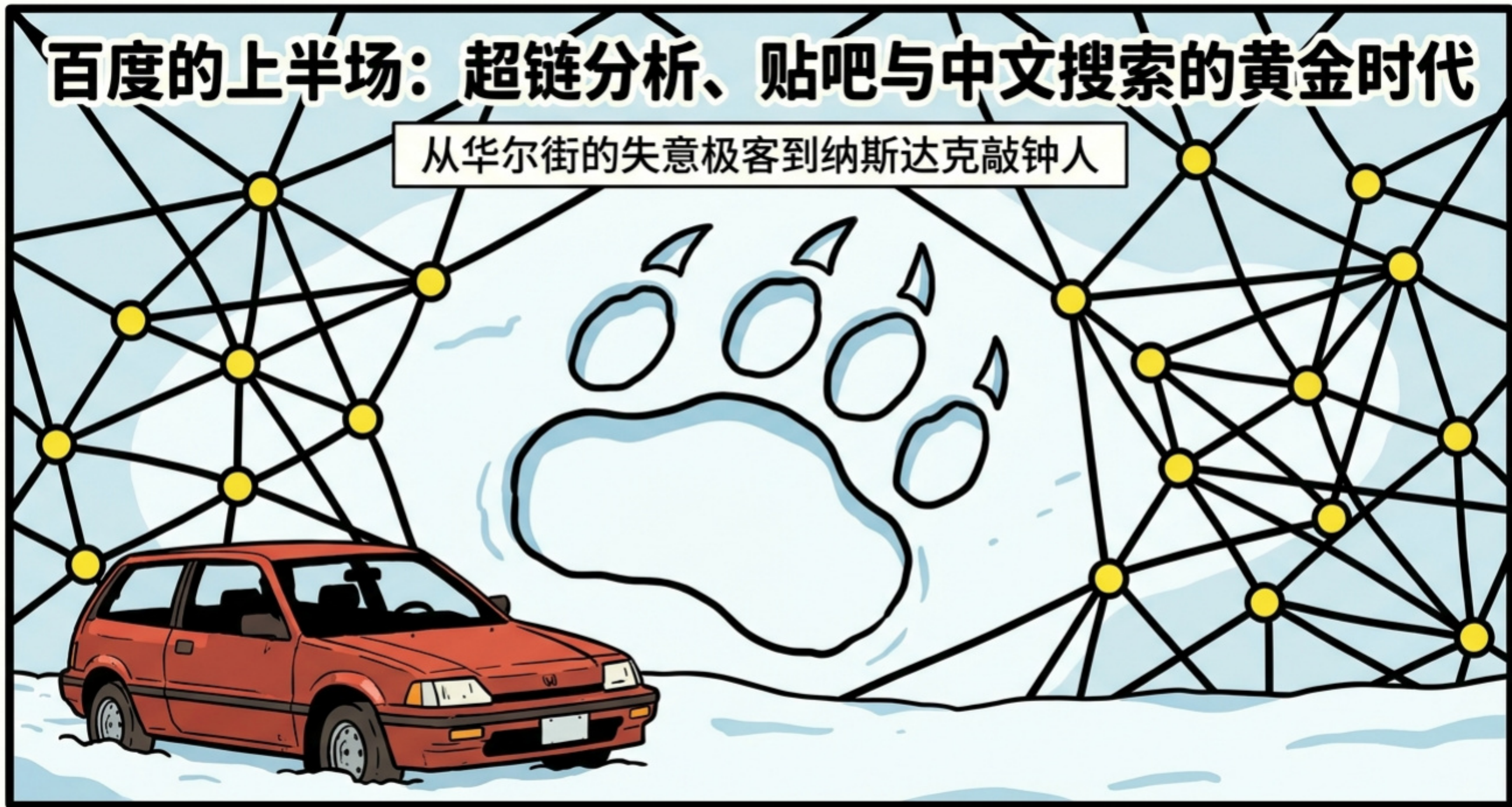


百度的上半场：超链分析、贴吧与中文搜索的黄金时代

从华尔街的失意极客到纳斯达克敲钟人





1996：提出超链分析，
以网页链接改进排序。



1999年底：携融资
回国，筹备百度创业。



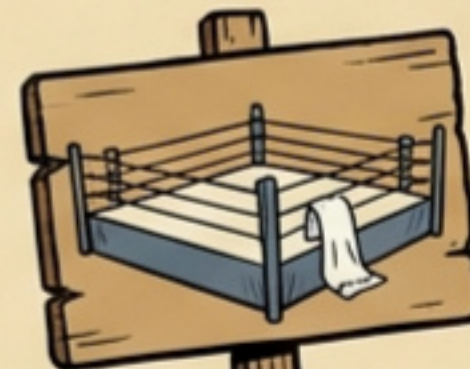
2001：怒砸手机，
强行跨越到“竞价排
名”To-C模式。



2003：百度贴吧上线，
基于关键词的同温层生
态成型。

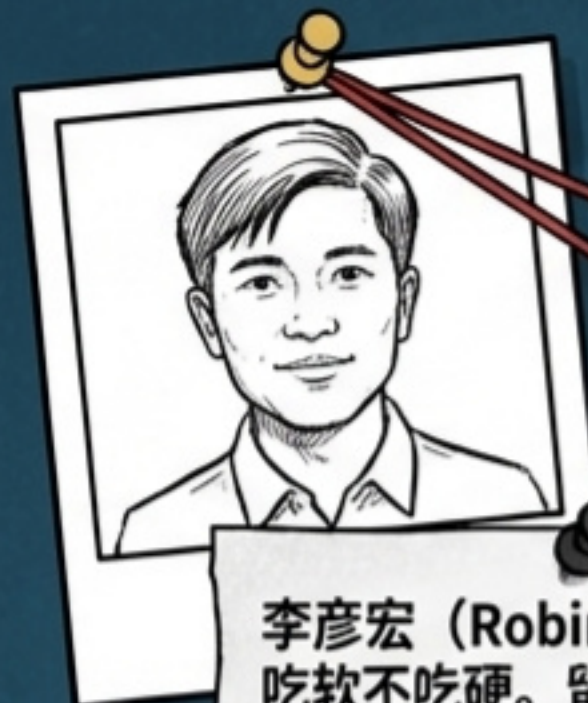


2005：登陆纳斯达克，
当日最高涨幅354%，
中文搜索受到关注。



2010：谷歌调整
中国大陆搜索服务，
竞争格局发生变化。





李彦宏 (Robin): 技术天才, 吃软不吃硬。留美时吃腻了鸡肉, 留下“不吃鸡”的习惯。因写书《硅谷商战》而在圈内闻名。



三姐: 阳泉高考状元。李彦宏的启蒙导师与人生榜样。



马东敏: 妻子。传闻中“拔掉菜园子”逼他回国创业的女主 (虽是轶事, 但确实关键支持者)。



徐勇: 联合创始人, 生物学博士后、纪录片《走进硅谷》制片人。对接硅谷风投及后来收购Hao123的功臣。



刘建国: 核心技术骨干。原北大副教授, 与李彦宏在北大西门拿杂志“网恋式”接头。

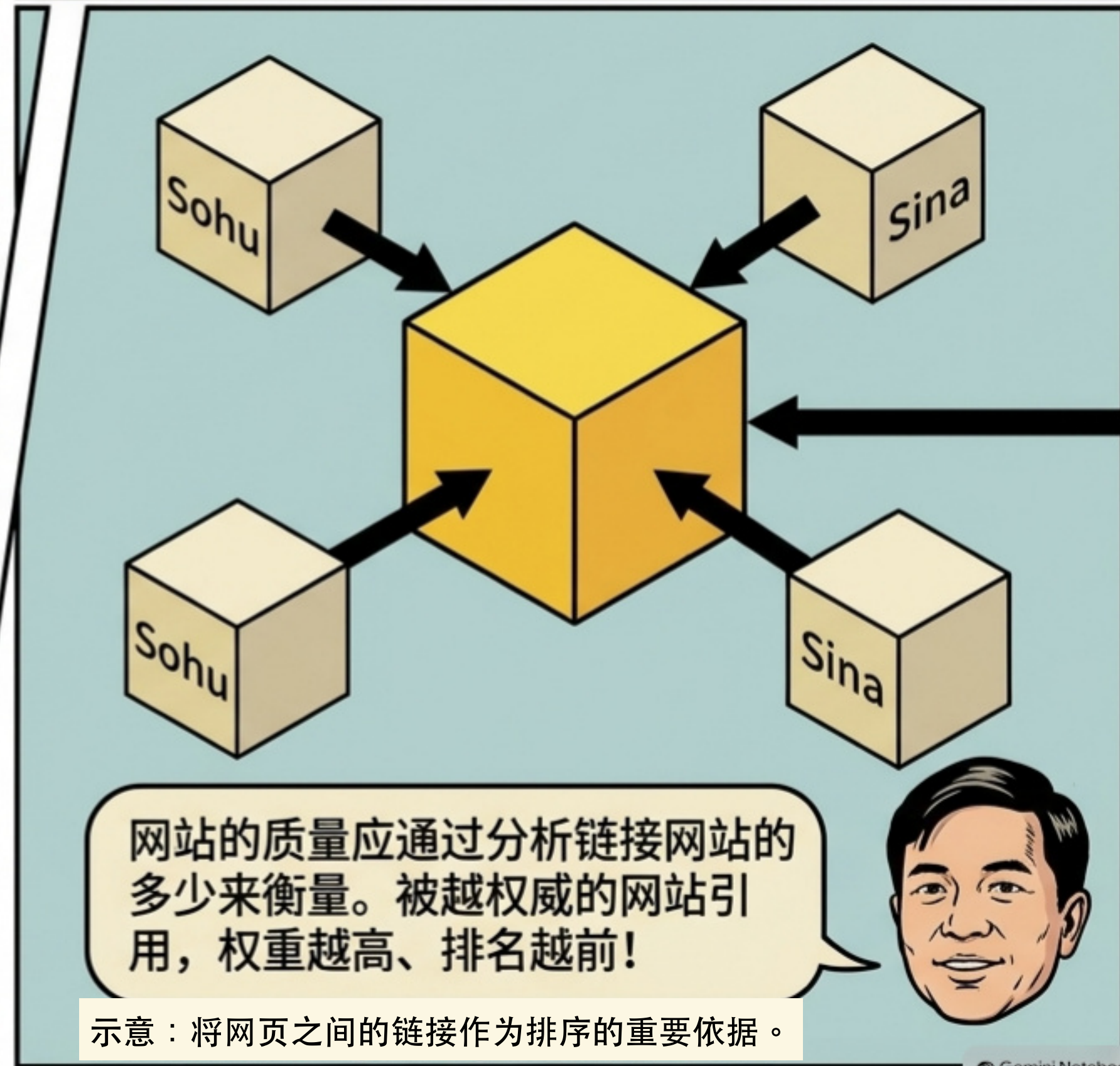


威廉·章 (William Chang): Infoseek CTO。赏识李彦宏的伯乐, 后曾任百度首席科学家。

传统互联网：网民苦背网址，网站靠口碑传播，信息犹如孤岛，没有排序的客观依据。



1996年，在IDD工作的李彦宏发现学术论文的“引用机制”可平移至互联网，提出“超链分析 (Hyperlink Analysis)”。



初创团队“百度七剑客”集结于北大资源宾馆。
在“小黑屋”里没日没夜封闭开发，每天加班
到凌晨两三点。



铁律：禁止吸烟、禁止带宠物
(因李彦宏有过敏性支气管炎)

仅用4个月，团队提前交付百度1.0，可搜索500万个网页



2002年，新浪财务连续借口“休婚假”、“休产假”拖欠百度一季度的服务费。



市场总监毕胜献出“毒计”，一怒之下，百度断网反击。



虽然招数“耍流氓”，但让毫无To-C知名度的百度一夜爆红。新浪怒而转向Google合作，这反而提前激发了百度的危机感，开启了打磨中文搜索极速体验的“闪电计划”。

五环外的需求：初中学历的网管李兴平发现新网民根本不会输网址。他把常问的网址记在小本本上，做成了Hao123，一举成为最强上网入口，甚至占了当时百度30%的流量。



2004年，好123遇到运营危机。百度以现金加股票收购好123，获得重要的网址导航入口。

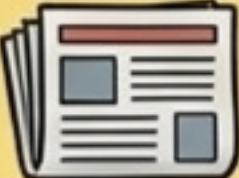


百度通过搜索与网址导航，加强了对上网入口的覆盖。

降维打击的灵魂人物：“搜索引擎9238”俞军。
同济化学系毕业，靠对搜索的“痴迷”和
通宵加班，2005年成为百度首席架构师。


百度MP3


百度图片


百度新闻

他洞察了用户的细分需求，接连推出百度图片、百度新闻，
以及流量比网页大搜还高20%的“百度MP3”。

自己推荐
不计较薪水，可维持当
地衣食住行即是底线，
其1姐，不计较工作强
强度...只要是做搜索...

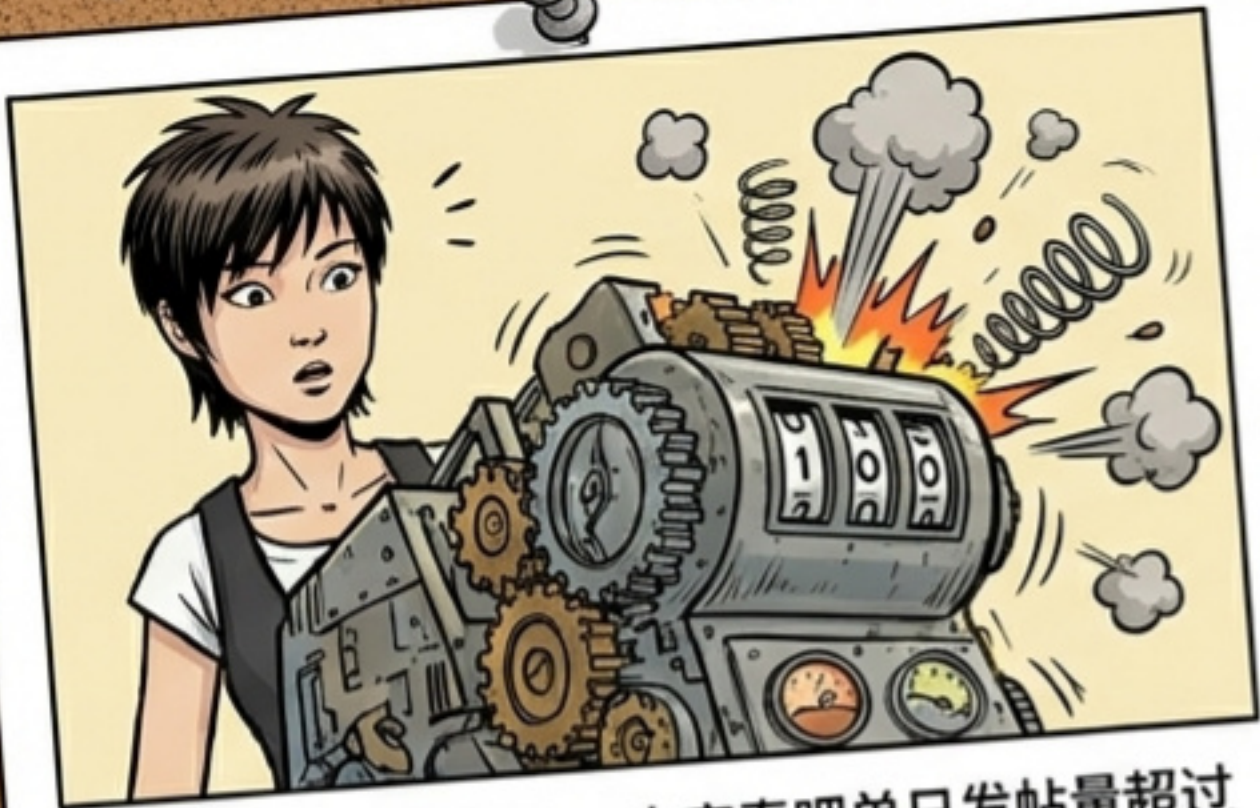


传统BBS（城堡模式）：自上而下建版块，用户需注册、攀爬鄙视链，拉新成本极高。



百度贴吧（平原模式）：灵感来自MP3明星搜索的高集中度。根据关键词分区：用户在搜索表达需求时，就自然完成了分区与拉新。

天才设计：建吧门槛为零。不管是超级巨星还是5个人的兴趣小组（甚至是没有动物的‘鸡吧’），都能一键找到同温层。



2005年现象级爆发：李宇春吧单日发帖量超过整个天涯社区。



神帖文化：“贾君鹏你妈妈喊你回家吃饭”——几小时内回复数十万。

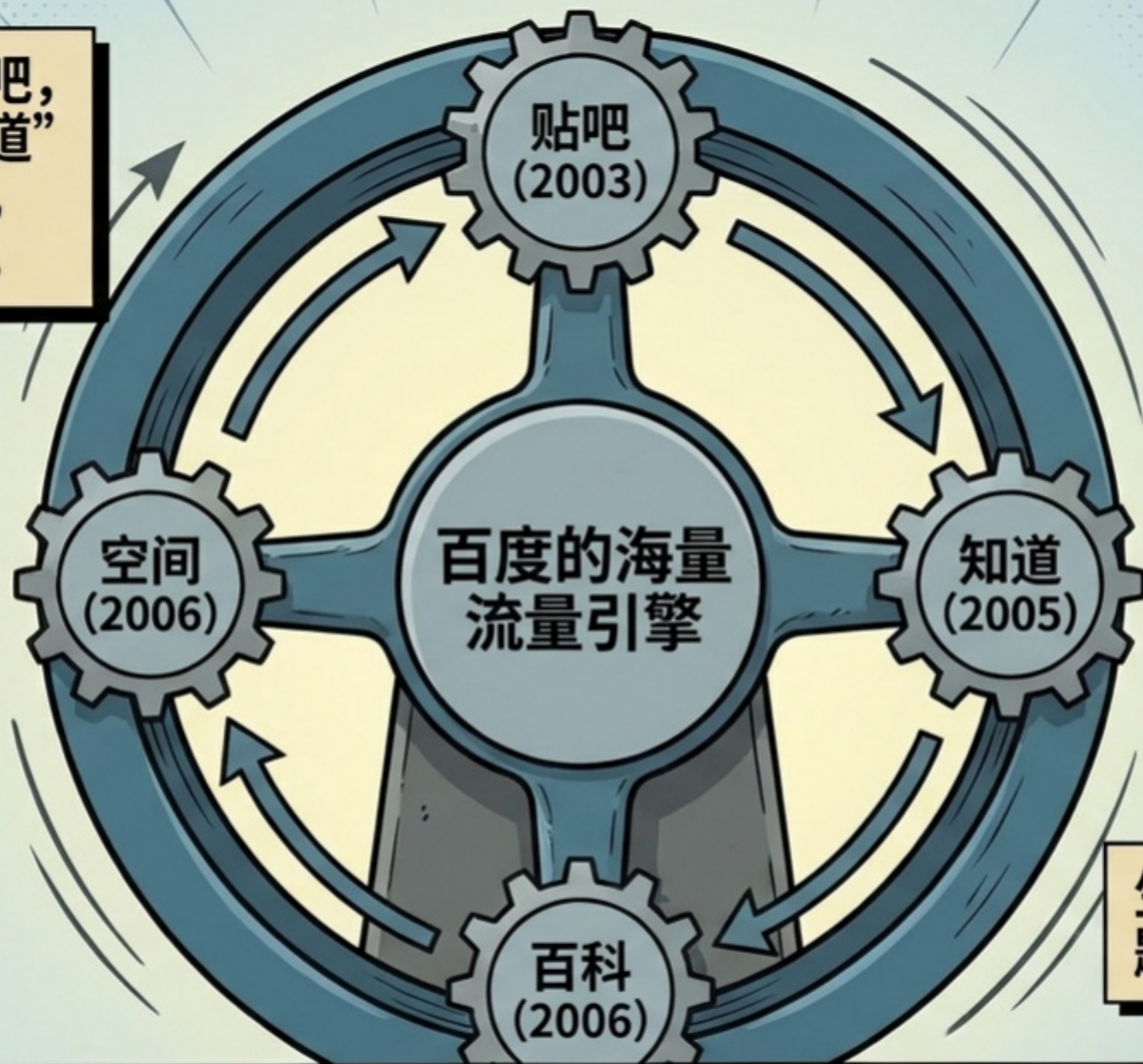


民间文学策源地：《盗墓笔记》、《长岛的雪》留下时代印记。李毅吧（帝吧）演变为解构文化发源地，诞生“屌丝”等词汇。



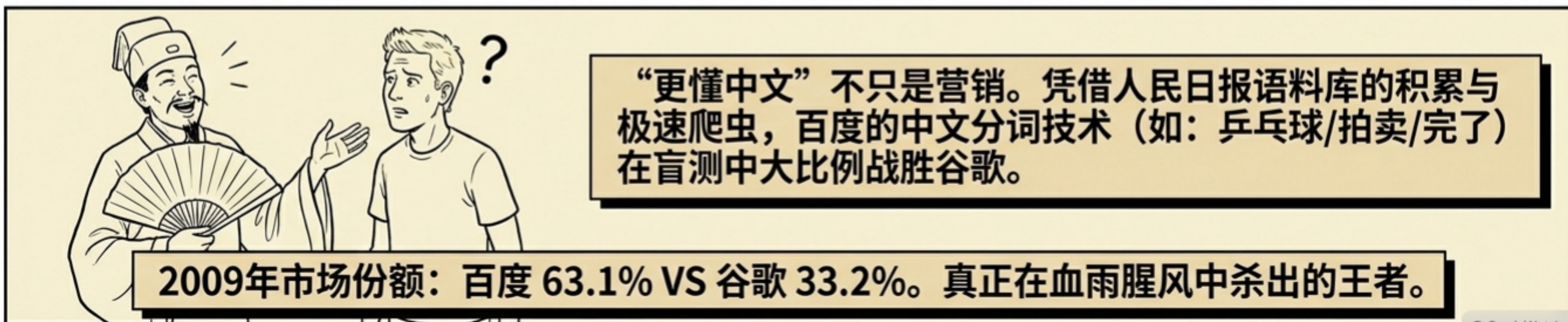
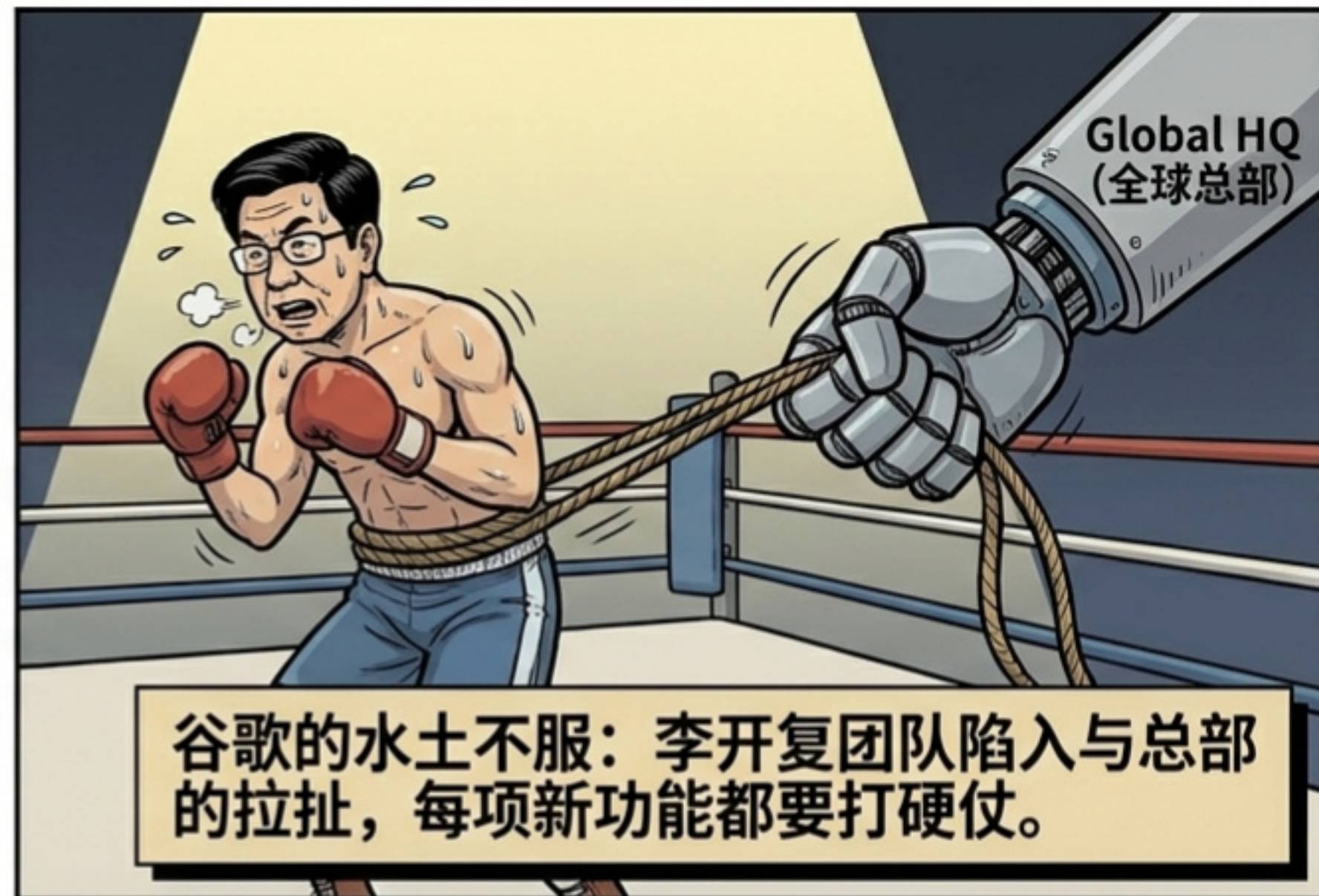
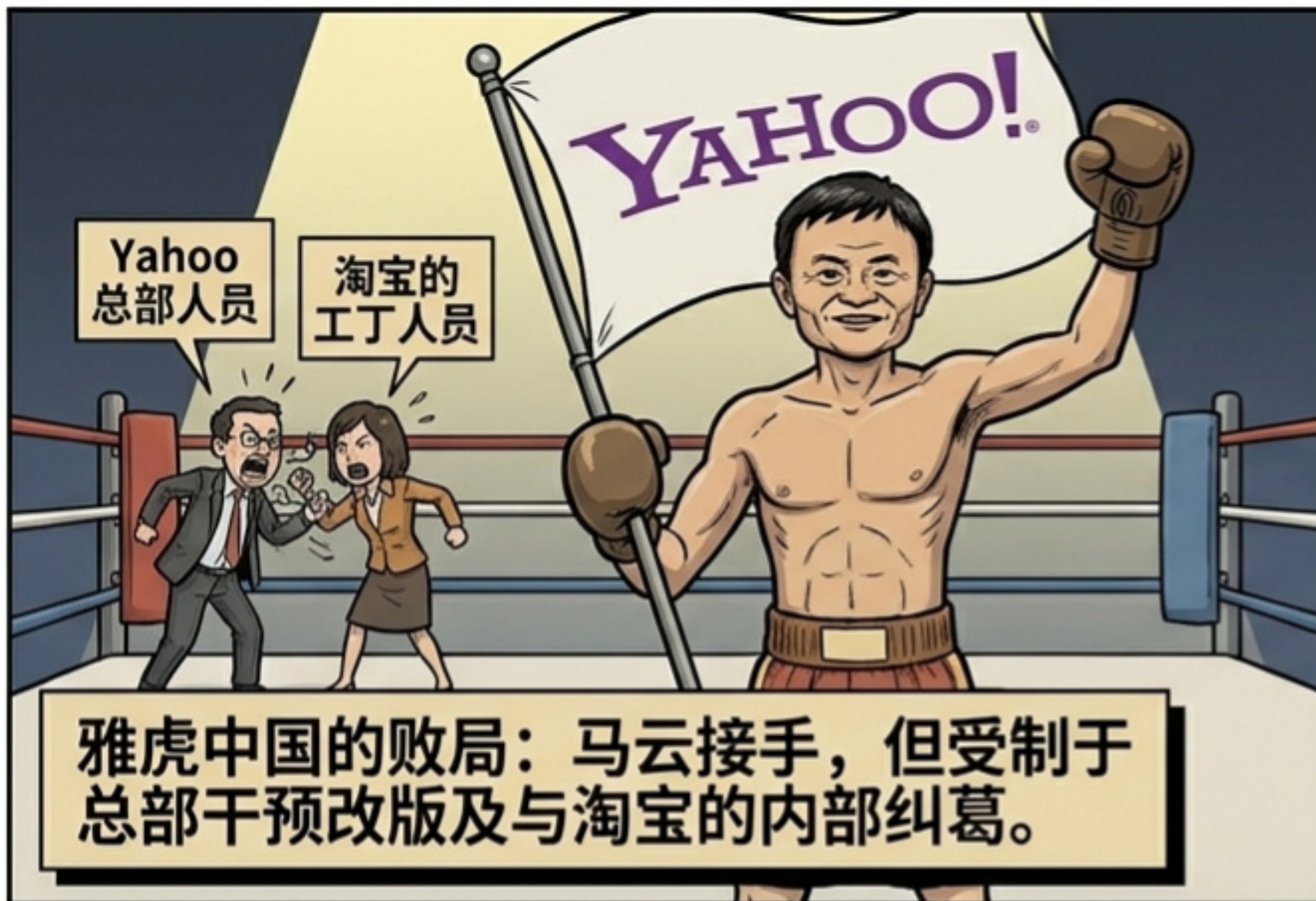
甚至连刘慈欣也开小号“shipship”吹捧自己的小说。百度成功从“信息撮合者”变成了把流量留在体内的“内容提供商”。

实习生李明远操盘贴吧，
田小鹏操盘“百度知道”
(晚于新浪爱问上线，
第二天流量即反超)。



生态闭环：解决死帖问题，
沉淀高质量内容。

黄金时代的纯粹性：集体决策，高管（除李彦宏外）不乱插手，
凭用户体验说话（俞军12条军规）。做啥成啥。



2007年，网页索引量达150亿。
中文搜索、内容产品与商业化
共同推动百度扩大规模。

业务增长

150亿



淘

裂痕与暗流：2008年淘宝屏蔽百度爬虫，互联网孤岛时代开启。

2010年，谷歌调整中国大陆搜索服务，
百度面临竞争减弱后的新课题。

组织变阵：重产品技术的俞军2009年离开；打造“销售铁军”
离开；打造“销售铁军”的向龙期掌权。
商业主导搜索，技术让位于变现。
商业主导搜索，变现。

2007年底，中国网民的搜索引擎使用率为72.4%。这是搜索品类的使用率，不是百度首页设置率。搜索成为重要上网入口。

2007年，百度发展迅速。同一年，乔布斯发布iPhone，移动互联网的新阶段开始到来。



依靠产品洞察自然生长、用爱发电的纯粹时代结束了。移动互联网的孤岛与算法推荐即将重塑规则。百度的上半场，定格在了那个‘众里寻他千百度’的阑珊处。