

<<淘宝创业内幕>>

图书基本信息

书名：<<淘宝创业内幕>>

13位ISBN编号：9787213048999

10位ISBN编号：7213048996

出版时间：2012-6

出版时间：浙江人民出版社

作者：周俊宏

页数：159

字数：140000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<淘宝创业内幕>>

前言

热衷于网购的中国消费者应该感谢马云，是他创建了更切合中国消费者习惯的网购方式。淘宝的诞生，对马云的重大意义不言自明，对阿里巴巴更是起到了“护航”的作用。

当孙正义说出“阿里巴巴和eBay的平台是一样的”这句话时，马云心中的希望被点亮了，他也认为eBay或将与阿里巴巴“融会贯通”。

于是，“围魏救赵”成了马云的一个战术，外人将此称之为“力保阿里巴巴”。

2003年“非典”来袭前，10个年轻人受命于马云，在阿里巴巴的创业基地湖畔花园执行一项秘密任务——他们需要在短短30天时间里打造出一个可以与eBay抗衡的C2C网站。

经过一番浴血奋战，属于阿里巴巴、属于马云，在未来更属于中国消费者的C2C网站——淘宝诞生了。

而恰在这时，“非典”肆虐——淘宝从诞生伊始便面临“不见天日”的窘境。

淘宝的上线，让马云等阿里巴巴高管和那10位壮士十分欣慰。

这期间，还上演了一出阿里巴巴全体员工“一级戒备”的戏码，因为调皮的马云并未将淘宝诞生的消息在公司内部公布，而是把它“打造”成了阿里巴巴的竞争对手，这让全体阿里人不免紧张起来。

淘宝的诞生，不是阿里巴巴为增长业绩而行的多元化之举，它肩负着重大的使命——对战eBay。

那时，强悍的eBay席卷全球，所到之处几乎兵不血刃，无人能与之匹敌。

可是，这只下山猛虎在亚洲市场上却未能显现昔日雄风。

首先，在日本兵败；转战中国后，全资收购了易趣，但在与淘宝的博弈中却吃尽了苦头。

“农村包围城市”一度被看成毛主席领导中国共产党最终解放全中国最重要的军事战略之一，在战场上，它被马云运用得淋漓尽致。

eBay借助于雄厚的经济实力狂砸淘宝，马云却另辟蹊径，走向二三线小城市，并在不入eBay眼的地铁、电台等非主流媒介上投放广告。

出人意料的是，这种与“长尾理论”不谋而合的方式，让淘宝这个“小众”开始变得“大众”，其聚众效应为其与eBay对战反败为胜奠定了基础。

eBay的封杀之举落空后，淘宝取代它成为中国C2C市场的霸主。

此后，淘宝打着立足于本土的旗号愈战愈勇，向更宽广的领域扩展。

以小搏大、击败eBay的战役也堪称经典，在业界传颂至今。

淘宝一家独大后，国内众多C2C从业者开始向其冠军地位发起一轮轮挑战。

当C2C渐现颓势、在赢利模式上不能给人惊喜后，被业界誉为C2C的“掘墓人”的B2C伺机发难。

马云自然不会墨守成规，随即携淘宝杀进B2C市场。

淘宝商城独立、上线是马云试水B2C的开始，未料想淘宝商城竟一路凯歌。

紧接着，第三个网购平台“无名良品”独立，淘宝从而形成了“高、中、低”三个层面的网购“垄断”局面。

为了将淘宝C2C这一交易平台的优势发挥到极致，淘宝在业务上开始发散了，一淘网和1688的诞生，被看成是其挑战百度、谷歌等搜索王者的开始；网上超市的开通，是淘宝剑指传统百货业的开始；淘宝旅行平台的开通，在业界被称为是向携程旅行网等在线旅行服务商下挑战书……种种举动，在证明淘宝自身已越发强悍的同时，也预示着“每条路上”都会有淘宝的身影。

然而，淘宝的发展也并非是一帆风顺的，“秒杀门”“光棍节大促销活动”和“横生的假货”等，让淘宝数次陷入尴尬之境。

在优与劣的转化中，淘宝立足自身、着眼未来，不因眼前之困而恼怒，也不因未来之路的荆棘丛生而自暴自弃。

淘宝的奋斗史，如马云的奋斗史一般，在光鲜亮丽的背后同样伴随着一段段波折和坎坷。

本书正是记载了淘宝从无到有、由小变大和近几年的重大变化，相信读者能够从中读出互联网的神奇和无奈。

<<淘宝创业内幕>>

内容概要

《淘宝创业内幕》由周俊宏编著。

《淘宝创业内幕》讲述了：

淘宝网成立于2003年，起初只是C2C市场的跟随者，但仅仅两年后的2005年，淘宝网即超越eBay易趣，并且开始把竞争对手们远远抛在身后。

到了

2006年，淘宝网已成为亚洲最大购物网站。

2010年，致力于B2C的淘宝商城独立，淘宝开始“两条腿”走路。

如今，创立9年，淘宝已经成为亚洲最大的网络零售商圈，其制胜的秘诀在哪里？

网购改变了数以亿计人的消费方式，更为数百万人提供了就业机会，在大淘宝战略下，淘宝的未来将会怎样？

<<淘宝创业内幕>>

书籍目录

- 第一章 淘宝初问世
 - 思路来自东京
 - 签署机密文件
 - 阿里巴巴的C2C
 - 阿里人“一级戒备”
- 第二章 决战eBay
 - eBay的封杀之举
 - 打“运动战”
 - eBay身陷“自设的僵局”
 - 惠特曼的奇招
 - 改写C2C规则
- 第三章 马化腾“拍”淘宝
 - C2C市场新秀
 - 惹祸的“招财进宝”
 - “二马”对战
 - 直击腾讯
- 第四章 开进B2C领域
 - 孕育淘宝商城
 - 冲破束缚的商城
 - 后来者居上
 - 商城遭难
 - 图谋上市？
- 第五章 横空出世的“一淘”
 - 小而强悍的一淘网
 - 搜索新格局
 - 百度与淘宝的“过节”
- 第六章 “扬名”之举
 - 1元秒杀
 - 电子商务的“淘规则”
 - 光棍节之困
 - 光鲜背后的质疑
- 第七章 打假进行曲
 - 淘宝是假货的“窝点”？
 - 芳奈儿事件
 - 疯狂打假
- 第八章 直逼携程旅行网
 - 航空公司“起义”
 - C2C领域的“携程”
 - 业务上的较量
 - 混战背后的秘密
- 第九章 打造多样的淘宝
 - 多“管”齐下
 - 网上超市

<<淘宝创业内幕>>

无名良品掀浪潮

淘宝的“辐射效应”

淘宝无处不在

第十章 解密淘宝

淘宝做对了什么？

C2C与B2C的“换位”

B2C的困惑

广告大丰收

物流之困

参考书目

<<淘宝创业内幕>>

章节摘录

阿里人“一级戒备”画面定格在2003年5月10日，马云等高管同淘宝的缔造者——10个年轻人通过雅虎通的视频对话框庆祝淘宝正式上线那一刻，业界对于马云的这一做法却有不同声音：“专做B2B的马云一反常态向C2C市场进军，扬言挑战eBay，这是不是拿着鸡蛋去磕石头呢？”

互联网“寒冬”过去之后，马云斥资1亿元人民币组建淘宝一事，在业界引起了巨大反响。当时，马云的投资额堪称互联网泡沫破灭后整个互联网界第一次大规模的投资。

“玄马云”出其不意，把互联网领域搅热了。

外界对马云之举褒贬不一并不是什么大不了的事情，可如果阿里巴巴内部“自乱阵脚”，或许就有些“得不偿失”了。

然而，谁都没有料到，这是马云有意之举，他就是要看看初问世的淘宝是否具备搅浑互联网的能力。

2003年6月，淘宝上线后不久，阿里巴巴公司内部的网络上便出现了一个令人绷紧神经的“帖子”：各位阿里人注意，我们发现，一个制作思路与阿里巴巴极为相似的网站正在迅速地聚拢人气，它的名字叫淘宝……“人言可畏”，即便这则帖子本身并不具备搅动整个阿里巴巴公司的能力，但一传十、十传百的效应，也足以令所有人都对此关注起来。

当阿里巴巴内部的议论声一浪高过一浪之后，一些最初并不关注这个帖子的人也改变了想法。

员工们争相对此发表意见，有研究过淘宝的甚至发出了“这个网站很有杀伤力”的感叹。

一时间，阿里巴巴内部人心惶惶，几乎所有员工都为公司的前程担忧。

与阿里巴巴一路走来的老员工在关注并讨论了一段时间后，将关于淘宝的事情反映到了上级。

这些老员工有些“生气”，他们想不通，为什么这么大一件事却未能及早地引起上级领导的注意？

当时，刚刚上线的淘宝在经过短暂的适应后，已经开始吸引会员了。

会员数量虽然未因淘宝一天天的成长而增多，流量也不大，但淘宝网上论坛却出人意料的火爆。

2003年6月10日，淘宝上线一个月后，一些会员在社区提议，要为这个新生儿办“满月酒”。

活动热热闹闹地开展，更让阿里巴巴的员工有如临大敌之感。

老员工见他们最初的提醒并不奏效，便在论坛上发了一个帖子：请公司高层高度警惕，有一个网站可能将成为我们的强大对手，它的名字叫淘宝！

可是，纵然如此，马云等高管依旧“镇定自若”，这不禁让老员工开始怀疑：领导们怎么了，淘宝可是大敌，他们怎能如此麻木？

是不是他们还不清楚事态的严重程度？

淘宝的“满月酒”搞得可谓是“满城风雨”。

当时，淘宝在网上社区开设了一个类似聊天室的地方，会员和淘宝员工可以在上面聊天。

据淘宝员工回忆，“满月酒”持续了数个小时，会员几乎踏破了淘宝的门槛儿，服务器一度承受不住。

有些会员见此情形，甚至愿意把自己网上商店的东西拿出来拍卖，所得的钱全部捐给淘宝，让他们多买几台服务器。

淘宝员工婉拒了那些好心的会员，但心存感激。

这些都是阿里巴巴的员工了解的，在他们眼中，淘宝显然如芒刺在背，尽早“祛除”才是当务之急。

可是，即便员工把情况反映给马云等高管，却还是得不到任何指示。

领导们坐视不理，心系公司命运的员工可不能坐以待毙。

淘宝的声势越来越大，而马云等高管却并未采取任何应对措施，一些敏感又观察入微的老员工从中嗅出了一丝异样。

他们首先想到的一个疑点便是：且不说淘宝能否成为阿里巴巴的竞争对手，单是公司内部员工的议论纷纷和人心涣散就足以让领导层出面。

可是，领导层却个个面不改色心不跳，就像没有事情发生一样，这是值得推敲的。

第二，一个月之前，公司内部10名员工“人间蒸发”，这些心思细腻的老员工此时将此事与淘宝联系了起来。

<<淘宝创业内幕>>

第三个被老员工们捕捉到的疑点便是：淘宝上的客服人员都是很熟悉又陌生的网名，比如乔峰、令狐冲等。

马云对金庸小说的热爱人尽皆知，这一特色或许只有在阿里巴巴才能看到。

上述疑点融合到一起，距离事情的真相已经不远了。

这些老员工隐约地觉得马云等高管按兵不动是有其原因的——淘宝很可能与阿里巴巴有某种关系！虽然还不能最终确定淘宝与阿里巴巴到底有什么关系，但他们接下来的表现已经证明他们不再对淘宝抱着十足的“敌视”态度了。

不久，他们把自己的猜测偷偷地放在了阿里巴巴公司内部的网站上。

老员工的这种猜测成了平息“众怒”的良药，更多员工了解了老员工们的猜测后，对于淘宝的议论声渐渐消失了。

2003年7月，美丽的杭州在骄阳的炙烤下，似乎也失去了迷人之色。

幸好，“非典”离开了，西子湖畔的游人们得以享受闲暇时光。

在华星科技大厦9楼的一间办公室里，阿里巴巴的员工们如平常一样忙碌着，这时，一个声音打破了这种氛围：各位阿里人，现在宣布一个消息——不久前，我们组织部分员工秘密开发出了一个新的C2C网站，这个网站的名字叫淘宝，它是我们阿里巴巴自己的网站！

一刹那，时间定格了，办公室内所有员工都不约而同地朝门口望去——一个个子矮小、笑容可掬的人，正期待着员工们的反应。

当这些员工断定马云并不是跟他们开玩笑时，雷鸣般的掌声和欢呼声响起。

随之，整个华星科技大厦都沸腾起来，新老员工都为淘宝是阿里巴巴的一员而感到高兴，以往的猜测和焦虑也在此时一扫而空。

紧接着，2003年7月7日、8日和9日，马云带领高管们分别在杭州、北京和上海召开了隆重的新闻发布会。

会上，马云和高管们难掩兴奋地宣布阿里巴巴将会加大投资力度，呵护淘宝迅速成长。

在发布会现场，一幅醒目的宣传海报极为夺人眼球：淘宝模式——中国行得通的电子商务。

P10-12

<<淘宝创业内幕>>

编辑推荐

创立两年即赶超C2C行业巨头，三年坐上业内头把交椅，淘宝凭什么？

涉足B2C，淘宝商城风生水起，未来，大淘宝战略将剑指何方？

淘宝的奋斗史，如马云的奋斗史一般，在光鲜亮丽的背后同样伴随着一段段波折和坎坷。

周俊宏编著的《淘宝创业内幕》正是记载了淘宝从无到有、由小变大和近几年的重大变化，相信读者能够从中读出互联网的神奇和无奈。

<<淘宝创业内幕>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>