

<<电商迷局>>

图书基本信息

书名：<<电商迷局>>

13位ISBN编号：9787301223604

10位ISBN编号：7301223609

出版时间：2013-5

出版时间：北京大学出版社

作者：《中国经营者》

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>

<<电商迷局>>

前言

媒体的力量 中国的媒体的力量在哪里？

尤其是当经济成为一个国家成长的命脉，成为各级决策层关注的焦点，成为亿万百姓改变生活的期许时，中国的财经媒体的力量在哪里？

平视、直入核心、真实展示，是《中国经营者》的三个基本点。

从叙述模式上看，《中国经营者》突破了过于感性的“痛诉革命家史”或者“成功风采秀”模式，也避免了“用理论总结理论，用数据说明数据”的空谈式财经人物访谈窠臼。

它用24分钟的节目时间，从经济现场入手，用抽丝剥茧的方式展开对经营观点、管理方式的探讨，以独立的态度展现出中国经营者的思想和胆略，奉献出极其诚意的访谈，也梳理出全球化时代的中国经济转型之路。

没有优秀的企业家，就没有成功的企业；没有一流的企业家队伍，就没有一流的经济的发展。

电商行业是近年来中国经济高速运行的缩影，它通过十几年的发展，从零增长到占社会零售总额的7%，并且这个交易额还在以每年40%的速度增长。

本书精选了节目近几年来对电商企业家的访谈，从创业、经营策略、危机处理、营销等多个方面，提供了优质电商企业家们的经营之道，以供读者了解企业领袖们是如何制定战略、如何在艰难时刻作出艰难的经营抉择，并展现其抉择过程中闪现出的智慧与哲思。

相信，这对各种类型的企业经营者都有益。

从2004年4月开播起算，《中国经营者》已走过九个年头。

对于日新月异的电视界来说，九年对于一个节目生命来说是非常长的。

九年来，《中国经营者》栏目一直保持着它的核心价值观，同时也在节目品质、电视特性、品牌营销方面作出了探索。

尤为可喜的是，一个平均年龄刚到三十岁的年轻团队坚守着这样一档并不热闹的节目，他们的“野心”是把影响中国、塑造中国经济整体实力的一群“硬脑袋”一网打尽，留下一部当代中国优秀企业的影像发展史……与日益强大的中国企业一起，与每周一期的节目一起，他们自己也成长了。

祝福他们，祝福所有的中国经营者！

谢力 中国记协理事 第一财经传媒有限公司董事副总经理 第一财经电视总监

<<电商迷局>>

内容概要

《电商迷局》内容简介：近年来，经历了价格战、高速扩张等之后的电子商务市场似乎走到了一个岔路口，如何选择好方向、如何定位、如何在市场低潮期做好投资战略等，对于电商企业来说至关重要。

《电商迷局》为全国专业财经频道第一财经《中国经营者》电商系列节目的汇总，选取天猫、京东、苏宁易购、凡客、当当、美团、携程等十一家一线电商，通过对电商大佬的访谈，直击电商发展过程中的问题，价格战、物流、平台化、风投、扩张、IPO等一网打尽，大佬们说失败的经历、讲应对危机的经验、聊渡难关的经过，还有对未来的愿景展望，剖析电商生态，梳理电商各模式的利弊，给企业经营谋略的规划以有益的启示。

海报：

<<电商迷局>>

作者简介

《中国经营者》，全国专业财经频道第一财经的一档企业家深度专访节目。

自2004年4月创办至今，节目一直坚持“站在企业家的身侧来还原中国经济发展的脉络”，聚焦重大财经新闻事件。

2013年3月，获评《新周刊》2012中国电视榜“最佳财经节目”称号。

评委会给予的点评意见是：它从经济现场入手，用抽丝剥茧的方式展开对经营观点、管理方式的探讨；它拒绝全景式的人生描述，以独立的态度展现出中国经营者的思想和胆略。

<<电商迷局>>

书籍目录

天猫——出走淘宝“十月围城”事件打造“社会公共平台”出走淘宝何谓“确定性”商户的疑惑
 从CFO到CEO开放掌控物流天猫要做什么京东——已无退路扩充的边界在哪里？
 一手自营，一手平台打造物流帝国：“亚洲一号”把京东商城做成一个伟大的企业苏宁易购——插班生崛起线下实体店，线上易购，左右互搏？
 全品类迅速扩张“老人”“新手”战电商苏宁再造凡客——我是凡客，我会犯错怎么做营销打造品牌，让凡客跑得快“大跃进”式的疯狂转攻为守，深耕用户，实现品牌溢价资本游戏当当——走着瞧李国庆vs.大摩女投行那些事估值如何才能不被低估为“微博事件”道歉你干你的，我干我的慢工出细活不能只看毛利率上市不该成为目标做“全球最大的综合性中文网上购物商城”更低价格、更多选择和更多的方便美团——玩转“千团大战”团购，是什么团购，怎么“团”打破潜规则打战：烧钱、洋和尚走比跑更快1号店——请叫我“网上沃尔玛”做“网上沃尔玛”选择了最难走的路：卖百货避免竞争，不可能从经理人到企业家杀鸡用牛刀携程——老大的反击打价格战，携程最有资格，也最有优势“满血复活”还是“吐血而亡”？
 “鼠标”还需配“水泥”没有金刚钻，不揽瓷器活丧失了危机感？
 艺龙——我是如何打痛老大的收拾“烂摊子”专注做酒店预订聚焦于线上打“侧翼战”每个人都有机会乐淘——电商转型和破局电子商务是个骗局？
 模式选择打造自有品牌：熬“C+”系列帆布鞋做别人没在做的快书包——一小时生活圈一小时送货体验做网上便利连锁店着急就找快书包谨慎布局“我真的不太管竞争对手的事”

<<电商迷局>>

章节摘录

开放是整个互联网的基本特点，也是我们做电子商务的必须把握的一个基本规律。

开放更多的是一种心态，就是你不要老觉得你比别人强，你能做，别人做不了。

——张勇（天猫CEO）商场永远不会有和平，商场就是战场。

我每天都在战斗。

——刘强东电商行业出现了一种极其奇特的现象，我不挣市场的钱，我可以挣投资者的钱。

——孙为民（苏宁云商副董事长）平台最大的缺陷是用户的忠诚度低，而且毛利率低。

因为你卖这个东西，别人也卖这个东西，这时候只有一条路可走，就是价格战。

——陈年（凡客诚品CEO）希望通过这个企业证明我有这个能力，证明给大家看，认真守法，也能把企业做大。

个人走阳光的道路，不去权力寻租，不去行贿，也能够发财。

——李国庆任何一个公司要标榜自己是百分之百Online的电子商务公司，不做线下业务，这个人或者是不懂行，或者就是在欺世盗名。

——范敏（携程网董事会副主席兼总裁）

<<电商迷局>>

编辑推荐

《电商迷局》编辑推荐：电商江湖，谁主沉浮。
十一家一线电商全集结，谈价格战、说物流，吐苦水、表信心。
电商战场，硝烟四起，谁能成为“无冕之王”？
谁又能百战不殆？

《中国经营者》电商系列访谈节目，天猫、京东、苏宁易购、凡客、携程等十一家一线电商全集结，
电商大佬们谈价格战、说危机管理、讲经营策略，带您拨开云雾，抓住电商发展的脉动，梳理电商各
模式的利弊，给企业经营谋略的规划以有益的启示。

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>