

《互联网商业思维》

图书基本信息

书名：《互联网商业思维》

13位ISBN编号：9787550232776

出版时间：2014-8-1

作者：《经理人》杂志

页数：308

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

[编辑推荐]

新商业时代，如何让互联网成为你的运钞机

下海、炒地热潮后，绝对不能再错过互联网！！

价值过千亿的经营模式，以小博大的移动战法

独家揭秘网贷生存指南，实战支招传统业入网

《经理人》杂志唯一官方授权 权威认证！！

随手翻，实战干货就在眼前；随时看，商机猛料就在指尖

《经理人》杂志为官方认证全国发行量最大经管杂志

1号店董事长于刚，珍爱网创办人李松鼎力推荐，激赏做评

[内容简介]

围绕“互联网商业”关键词，《经理人》杂志根据图书市场，意在用权威、热点的观念和事件为读者讲解“互联网”时代我们应该怎样开拓新商业模式。从互联网商战、互联网金融、互联网营销、互联网商业模式、互联网新平台运作方法以及对互联网未来发展预测的角度，全面阐述深入分析了极具价值的商业模式启发和最新的发展动态。

[书评推荐]

开放、平等、协作、分享，互联网将其精髓注入商业之中，从而引发了一场商业革命。尽管未来的一切还有很多未知因素，但毫无疑问的是，互联网商业思维正在以摧枯拉朽之势改变着传统的商业模式，也在改变着多数人的日常消费、储蓄习惯。《互联网商业思维》这本书会从另一个角度告诉大家爱互联网商业易，用互联网思维也不难。

——珍爱网创办人 李松

在机遇和风险并存的新商业时代，“重要的事”已超出了商品和服务的本身，更在于你有无勇气承担风险将机遇转化为价值。《互联网商业思维》正是这样一个时代的弄潮儿，它开启了筚路蓝缕之程，开辟了一条大商业的新径。希望这本书会给予读者新的启迪。

——1号店董事长 于刚

作者简介

《经理人》杂志以“影响中国管理实践”为使命，针对CEO与准CEO阶层的棘手问题，提供原创商业思想和实效解决方案。经BPA认证，《经理人》杂志全国发行量，高居中国商业管理期刊之首。2005-2006年《经理人》与哈佛商学院合作，出刊《哈佛管理实践》；从2007年开始，与纽约时报集团合作出版《天下智库》。荣获“中国最具企业投放价值期刊”、“中国最具价值财经类期刊奖”。《经理人》还拥有《公司金融》、经理人网、经理人手机报、EDM经理人电子刊、经理人数据库、经理人图书等成熟媒体。

书籍目录

目录

- 第一章 互联网金融不在未来，就在当下！ 1
 - 第一节 银行时代将被终结？！ / 3
 - 第二节 别把互联网想得太神秘 / 8
 - 第三节 电商火拼！拼的是啥？靠什么拼？ / 11
 - 第四节 互联网创业——谁都能，但不是谁都行 / 13
 - 第五节 太复杂？那就只做一件事：把生意搞到互联网上 / 19
- 第二章 巨头引领商业模式 27
 - 第一节 帝国模式：阿里的金融帝国进化论 / 29
 - 第二节 付费过桥：都在拼创新，你拿什么当“学费”？ / 34
 - 第三节 享受“挨打”：既不能被对手骂死，也不能让用户弄死 / 38
 - 第四节 “土豪”做“私家花园”，我领用户进“沙漠” / 48
 - 第五节 传统工业：左手电商，右手金融 / 58
 - 第六节 烧了百亿死伤无数，这样的“红海”购不购？ / 62
 - 第七节 一个巨头的算盘，另一个巨头的无奈 / 65
- 第三章 互联网移动战——血拼就在方寸间 71
 - 第一节 “小战场”要拼大创新 / 73
 - 第二节 百度的移动战沙盘 / 76
 - 第三节 战争在入口处已然开始 / 84
 - 第四节 移动大战就在掌心发生 / 91
 - 第五节 “地主”酣战，不妨看看“外来户”的新战术 / 96
 - 第六节 奇兵！颠覆性玩战移动电商 / 100
- 第四章 微信—移动时代的“搅局者” or “继承者”？ 105
 - 第一节 微信，如何一夜崛起？ / 107
 - 第二节 最大的对手往往是同门“师兄” / 118
 - 第三节 有了体验才会盈利 / 122
 - 第四节 一场惊天大局，微信的真正对手竟是它 / 126
 - 第五节 微信对外扩张的坎 / 129
 - 第六节 易信：像微信取代微博一样替代微信 / 133
- 第五章 网贷：借贷危机终结者？金融时代革命家？ 135
 - 第一节 互联网没有难借的钱 / 137
 - 第二节 O2O化的P2P / 140
 - 第三节 “庞氏骗局”阴影笼罩P2P网贷 / 144
 - 第四节 直击P2P网贷模式之乱 / 150
 - 第五节 做淘宝模式的P2P平台 / 155
 - 第六节 P2P网贷，中美冰火两重天 / 160
 - 第七节 突破巨头垄断—垂直互联网金融的机会 / 165
 - 第八节 风控机制是P2P的命门 / 168
 - 第九节 高科技！云端机器人介入信用评判 / 171
- 第六章 早入先盈—传统行业的互联网意识 177
 - 第一节 趁现在！互联网农业元年 / 179
 - 第二节 又见C2B：“高大上”互联网的农业“野心” / 184
 - 第三节 生鲜时速就是生死时速 / 192
 - 第四节 用电商找回记忆的味道 / 196
 - 第五节 互联网思维颠覆地产格局 / 199
 - 第六节 突破区域瓶颈，用互联网打垮洗衣机 / 201
 - 第七节 指尖上的旅游版图 / 205

第八节	亿元店铺：数据为基，电商为渠 / 209
第九节	像借力地产泡沫一样抓紧电商膨胀 / 213
第十节	武装到牙齿的传统百货 O2O 布局 / 216
第七章	不会营销的互联网人不是好商家 221
第一节	同行迅速涌入，我们如何脱颖而出？ / 223
第二节	唯快不破：一小时送货到家 / 226
第三节	戳中痛点：想“赢”销得先会讲故事 / 228
第四节	传播力量：个人品牌树立企业品牌 / 230
第五节	寻找空白：翻出 O2O 的另一面 / 233
第六节	“微”力无边：把平台变成你的柜台 / 237
第八章	互联网时代的新平台新玩法 241
第一节	微信带来的另一块“大奶酪” / 243
第二节	别人拼命忙淘金，我们安心卖服务 / 246
第三节	平台创造达人，达人推广品牌 / 250
第四节	做互联网上的“战斧”：平台必须大数据 / 253
第五节	团购 2.0 时代来临 / 257
第六节	平台攻略万变不离用户体验 / 260
第七节	秀场模式：靠用户“关系”和“人情”套现 / 262
第八节	玩转盒子世界 / 265
第九节	大逆有道的“慢”鱼法则 / 268
第十节	平台扩张需要野心 / 272
第九章	互联网时代经营危机：关键时刻他们怎么做 277
第一节	百度：不再只靠竞价排名 / 279
第二节	阿里巴巴派系争夺图谱 / 282
第三节	马云如何掌控阿里巴巴？ / 289
第四节	新浪微博商业化的尴尬 / 295
主编寄语	301

精彩短评

- 1、内容有些官方，资料整理详实
- 2、互联网商业
- 3、案例丰富，分析也可做参考。可以用来了解现在十分火爆的移动互联网！推荐
- 4、提到了很多案例，可以看看，但并不完全认同其中观点。
- 5、互联网方面的书看到这本感觉获益效率已不高。本书介绍了许多不同互联网企业的发展情况以及其负责人的想法思路，总结来说，基本上BAT之流都在研究比当前形势更超前的技术和战略，紧随其后的如新浪则仍在兼顾市场份额以及盈利的方向上探索解决方案，而其他的企业则纷纷在把握机会的基础上寻求进一步的巩固或与大平台合作。本书对于启发灵感很有帮助，但是作为杂志媒体的合集，过时的特性让人读的时候着实头疼。

《互联网商业思维》

精彩书评

1、互联网思维的存在意义是什么？可以说就是服务于商业模式的。互联网时代，一切都在变化，就像之前的下海潮和地产热一样，当时大家都在抱怨相对应的“铁饭碗”和“打工仔”越来越不好混了。现如今，互联网的出现，最主要的是其带动的一系列互联网行业的兴起和壮大，已经足够让传统业经营者战栗了。但是。任何的颠覆时代，带来的都不是绝对的毁灭，而是破坏性的创新，接下来，就看你以什么样的思维方式，借力时代，搭上互联网的顺风车了。所以，这本书来的正是时候，国内第一发行量的经管杂志《经理人》为你权威透析：大变革时代，如何让互联网变成我们的运钞机。没错，互联网正在带来一场颠覆，就像一头小怪兽！——来自责编的话，非水军

2、对于现在火热的互联网创业和传统行业互联网化举出了相当多的案例，包括知名的如阿里互联网金融、P2P、微信、美团、新浪微博商业化等和相对少一些人知道的互联网农业、生鲜配送、家具电商、数据挖掘企业信用评判、黄太吉煎饼等案例，在叙述这些案例的同时当然少不了对这些案例成功或失败的分析，虽然分析不一定正确，仁者见仁智者见智，但是提供了一个视角去解释这些现象，读者完全可以在独立思考的前提下选择性吸收~想了解现在火热并且将来相当长一段时间依然会火热的互联网商业的童鞋们，强烈推荐此书啊！！

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：www.tushu000.com