

# 《公司的演变：一部基于互联网的啤

## 图书基本信息

书名：《公司的演变：一部基于互联网的企业发展史》

13位ISBN编号：9787121277018

出版时间：2016-1-1

作者：《商业价值》杂志社

页数：412

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](http://www.tushu000.com)

# 《公司的演变：一部基于互联网的啤

## 内容概要

《公司的演变：一部基于互联网的企业发展史》内容简介：这是一个互联网串联的时代。互联网在扶植原有的经济结构和企业盈利模式的同时，也在创造崭新的商业模式。在价值创新的互联网浪潮中，伴随着形形色色的企业沉浮故事，我们看到成功与失败，看到睿智思想的交锋，这些故事不仅提供了科技进步改变生活的鲜活案例，也必将引发企业家和研究者的思考与借鉴。

本书作为《商业价值》杂志之中部分精彩深度报道案例文章的汇编，向我们展现了互联网时代不同的企业在发展和竞争中的精彩表演，其中既有IT巨头，也有风头正劲的BAT三巨头，还有新兴创业型科技企业和其他传统行业如金融、零售界的领军者，这一切展示了近些年中国商业发展的脉络。

# 《公司的演变：一部基于互联网的啤

## 作者简介

《商业价值》杂志是中国专业的“技术商业”杂志之一，专为变革者打造。杂志聚焦于报道、解读和推动更创新、更智慧、更可持续的商业，是一本研究分析型的商业管理月刊，以中国商业界的“变革者”为读者群，特别关注技术与网络推动的商业变革，关注商业创新激发的产业趋势，关注企业的持续发展以及承担的社会责任，是中国优秀的“技术商业”媒体。2014年10月正式宣布与中国领先的新媒体先锋钛媒体合并。

## 书籍目录

### 一、百度的变与不变

引言

百度联盟的普适价值

后台化的百度

百度的影子——流量的秘密

流量变现之本

从技术到策略

百度的影子——SEM 星球

第三方的“客服”

SEM 生态系统

未来之路

百度森林

加速成长的秘密

平台化

从一棵树到一片森林

百度深潜

从C到B

能力输出

全网攻略

生态挑战

李彦宏：百度的变与不变

变化与好奇

喧闹与冷静

常量与热爱

BAT 金融之局

阿里金融：资金闭环+ 金融平台

腾讯金融：支付+ 券商

百度金融：产品搜索+ 数据服务

百度投资Uber 的背后

中美互联网一直存在着难以逾越的鸿沟

中美互联网合作三大问题：短期利益、点到为止和着眼中国

### 二、腾讯的战略

引言

腾讯的未来

极客公司的转折点

从企业到一切

大企业的战略趋同

腾讯向左还是向右？

不可避免战争

打左灯，向右转

最有价值的转变

解密腾讯式开放？

为什么要开放？

如何开放？

为何开放这么难？

腾讯开放：一小步，一大步

生态系统投资

# 《公司的演变：一部基于互联网的啤

开放初级阶段

继承与革命

腾讯大变局

消失的R线

协同与隔离

博弈、合作、未来

腾讯互娱：“现金牛”的方法论

实战创新与快响应

创意蜂巢与资源池

用户探寻与专业度

能力矩阵与全球化

微信成为游戏平台不可避免

微信是什么？

微信的原点

必然与偶然

从移动应用到I/O平台

微信的制度与价值观

微信4.0的赢与代价

微信的演进

巨头的车轮

关系链冒险

三、阿里巴巴的扩张

引言

对话马云：我们将走向伟大

“归零计划”

抓住当下

未来十年

支付宝的局

最笨的与最聪明的

从技术工具到金融服务

从解决需求到拉动需求

阿里系的局

“二宝”的微妙关系

三重棋局

国有化宿命和梦想

阿里：金融之变

金融互联网，还是互联网金融？

重塑金融之根

变局所在

阿里巴巴走向“失控”

打散和重构

用协同弱化KPI

走向“失控”

四、联想再起跑

引言

联想：乐Phone之背面

跳出个人电脑

集团军强攻

不买Palm 立足国内

联想再起跑  
第一意味着什么  
马拉松与旧规则2  
执行力与冒险  
加法与减法  
柳传志和他的70 载世界  
学习委员的政治课  
柳传志的终极目标  
联想：买的是Moto 看中的是谷歌  
茄子快传：你所不知道的联想互联网基因  
基因突变  
新玩法  
联想真正的财富  
联想：新制造之王  
制造之基  
收购的底气  
未来  
对话杨元庆：联想绝对不搞饥饿营销  
联想的二级火箭计划  
用云重新定义企业级计算  
借云计算提升渠道能力  
五、京东内变  
引言  
关于京东的价值思辨：京东为什么存在？  
京东为什么存在？  
跳出京东看京东  
刘强东的新蓝图  
京东内变  
为什么要变化  
表象背后  
京东、阿里的模式之战  
盘点中国电商5 大模式  
价值链整合模式——京东  
开放平台模式——阿里  
两种模式的竞争前景  
京东金融出发  
“白条”的逻辑  
大金融战略  
JDPhone 计划：京东还能做什么  
JDPhone 计划源起  
保持初心  
想象空间  
京东布局智能生态  
战略升级  
不谈低价谈产业升级  
京东的吸引力  
六、苏宁的野心  
引言  
苏宁的关键时刻

# 《公司的演变：一部基于互联网的啤

战略十字路口

电子商务带动新的转型

未来的布局

对话张近东

苏宁易购的百货野心

战略的转型

供应链的优势打通

线上线下的区隔

苏宁易购：虚实结合

打通供应链

后端同样如此

线上线下的区隔

苏宁的选择：既做亚马逊，也做沃尔玛

苏宁面临着一场非常大的挑战，京东也是

传统企业的逆袭

线上线下：互搏还是互补？

变革的节奏

张近东的开关

苏宁大调整中的三个关键

采购实现统一

本地化目标

物流归入易购

苏宁转型进入深水区

在门店，可以看到苏宁转型

所有的落地动作

O2O 的机会和挑战

转型的深水区和张近东的目标

七、中兴何去何从

引言

中兴手机：隐形力量的未来

自知之明

把握转折

聚焦新市场

弥补品牌软肋

中兴低调潜行

包抄欧洲市场

进入弯道

中兴手机：试错与出路

量还是利润

努比亚：试水高端

中兴的出路

从保守到激进：中兴少帅50天打造互联网思维

少帅履新：中兴终端全盘革新

抢红包：一切只是开始

中兴决心再造基因：固守电信思维将一败涂地

M-ICT时代的新选择

再造基石：4G利好

终端重头戏

破局政企业务

巧取服务市场

基因重组

中兴终端如何发迹北美

从入门级的贴牌做起……

稳健中庸，一点点破局

“淘宝”黑莓团队

北美优势，如何扩展到全球市场？

八、被低估的华为

引言

被低估的华为终端

站在运营商身边的人

智能机市场的引爆者

生态系统的潜在优势

华为终端的大纵深作战

一招鲜的代价

快速战术梯队

华为终端：进攻的机会

抓住机会再造不一样的华为

不容忽视的隐忧

华为手机冲击红线

挑战没人做到的事

用三星的方法能打败三星吗

华为的野心

华为终端这一年

怎么玩转智能硬件

九、小米的低调

引言

雷军：小米揭秘

迂回路线

用“CSP”重新发明手机

雷军的5个判断

成功的条件

小米手机定价与《怪诞行为学》

“锚”与心理暗示

损失规避

社会规范与市场规范

小米：你慢些走

小米闯三关

火爆之谜

想象与约束

小米：从配置到气质的修行

站在“米1”的肩膀上

性价比黑盒开启与核心竞争力回归

“发烧”的气质

小米，与轻狂岁月告别

反思小米核心竞争力

死胡同

真正的竞争力

小米O2O



小米的大考验

角色变换

“尖叫”的本质和新的版图

接下来的挑战是什么？

黎万强：小米是如何打动年轻人的？

雷军：小米去哪儿

小米的边界

做一家小公司

神圣小米联盟

小米模式的疯狂繁衍

体验第一，规模第二

不是朋友，就是敌人

生态链就是小米的未来

十、大众点评要突围

引言

大众点评：下一个百亿公司

匍匐前进这8年

智能手机引领的爆发

慢公司

专注是一种能力

百亿价值从何而来？

大众点评的移动征途

大众点评5.0：推荐为王

智能化的服务：未被开发的金矿

巨头阴影下，大众点评的自我突围

结构重塑

从交易入口到决策入口

大众点评为何选择腾讯？

十一、颠覆者乐视

引言

乐视是个“颠覆者”吗？

乐视的逻辑

底气

颠覆者

乐视：最合适多屏整合者？

智能电视 = 新应用平台

力推多屏战略

乐视：电影 × 互联网的营销次时代

电影大数据关注的是用户，不是品类

电影O2O，看的不仅是电影

营销法则：让营销不着痕迹

十二、优酷土豆，铤而走险

引言

为什么是优酷？

优酷的四个悖论

是社区、平台，更是媒体

良性竞争 = 最佳合作

不盈利才能得到最大利益

优酷做对了什么

# 《公司的演变：一部基于互联网的啤

优酷 盈利原理

优酷土豆：闪婚之后

“ 婚后补恋爱 ”

形异神同

“ 日子还长着呢 ”

优酷土豆：老大眼中的未来

整体大于局部之和

新优酷与新土豆

开放平台

多屏背后的思考

优酷土豆：“ 自制 ” 生态圈

版权意味着？

内容格局

内容生产方法论

# 《公司的演变：一部基于互联网的啤

## 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](http://www.tushu000.com)