

《风口上的汽车新商业》

图书基本信息

书名：《风口上的汽车新商业》

13位ISBN编号：9787115421846

作者：郭桂山

页数：326

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

《风口上的汽车新商业》

内容概要

本书从互联网+汽车趋势解析、汽车电商困局突围策略、汽车后市场溃败求解等三个篇章详细阐述了作者的观察与思考，当然更多的还是作者在汽车电商行业的实践中得出的解决诸多问题的战略策略，作者站在行业之巅既有战略策略的解决方案，同时也有战术上的实施细则，更有实操案例解析与行业大咖访谈等不可多得的干货。当然，作者一向追崇的宗旨是，书中观点的对错不是最重要的，重在与行业同仁探讨，以书会友，希望作者的这块破砖头，能够引出读者的美玉，共同为汽车电商乃至整个汽车行业的商业模式创新做出更多有价值的探索。

《风口上的汽车新商业》

作者简介

郭桂山，笔名散人。诗人，曾涉猎诗歌、摇滚乐、绘画、行为艺术等先锋艺术领域。汽车电商战略研究专家，混迹于汽车媒体圈十余载，从事汽车电商平台市场战略多年，曾任国内汽车媒体主编，后任德国最大传媒集团阿克塞尔·斯普林格旗下AUTOBILD中文网总编辑，获得2013年度搜狐最佳汽车行业自媒体人。是新浪汽车、搜狐汽车、汽车之家、易车、今日头条、价值中国、《智驾》杂志等多家媒体专栏作家，发表在全国各大媒体作品多达200多万字。

积累了15年的汽车媒体和电商行业从业经验，对电商网络产品平台架构、商业模式构建、市场推广、内容运营等有娴熟的实战经验，并创新性地建立起一套自成体系的市场营销理论和实践经验，创造的CPS营销平台结合移动互联网传播理念，并可整合线上所有资源为产品及平台的迅速崛起提供最为有效的底层驱动的支撑。曾经承担国内多个大型汽车电商和车联网项目顾问和执行工作，从商业战略布局到产品模型规划和运营规划全面把控和执行。现居北京，从事汽车电商和车联网事业，咖猫网创始人。[5]

2014年出版个人专著中国汽车电商和车联网生态报告《被颠覆的汽车帝国》，引起业界强烈反响和一致好评。2016年《风口上的汽车新商业》出版，被列为工信出版集团重点图书项目。贸促会汽车专业分会《中国汽车营销蓝皮书》编委会专家。

书籍目录

第一篇汽车电商之魅

- 第1章新常态下从传播的角度解构汽车电商模式 / 5
- 第2章汽车电商商业模式构建中的人性化需求的底层逻辑 / 23
- 第3章二手车电商：破除与黄牛共生生态魔咒才是出路 / 35
- 第4章汽车电商大数据应用：宽度深度广度的挖掘与延伸方是正途 / 55
- 第5章汽车社群电商模式首先要脱离媒体属性 / 63
- 第6章平行进口汽车电商红利期稍纵即逝 / 77
- 第7章乐视打造新商业生态：汽车可以免费开 / 83
- 第8章汽车电商创新模式中的存量与增量法则 / 89
- 第9章4S店体系不仅不会崩盘，依旧可以笑傲未来市场 / 99
- 第10章巨头合并成为潮流，汽车电商进入合纵连横时代 / 105
- 第11章电商汽车的新造法：凯翼众包展图景 / 111
- 第12章汽车电商化是重度垂直的O2O模式 / 115
- 第13章定制化汽车当下还是伪命题，定制化电商平台伪中作乐 / 121
- 第14章汽车企业电商平台和新媒体运营的创新性思维 / 125

第二篇汽车后市场电商之感

- 第1章“互联网+汽车后市场”的5种创新机制 / 135
- 第2章他山之玉：美国四大汽车后市场巨头 / 143
- 第3章O2O创新模式迷乱眼，用户埋单的不是模式而是实惠 / 149
- 第4章揭秘“互联网+汽车”溃败的几个真相 / 156
- 第5章汽车后市场跑马圈地红利期很快结束，深耕细作步入正轨 / 160
- 第6章汽车后市场电商的标准化是成败关键，行业亟待整合 / 168
- 第7章汽车制造商渠道下沉后的汽车后市场电商生态之变 / 179
- 第8章汽车后市场底层大数据应用是胜出的法宝 / 183
- 第9章“互联网+汽车后市场”解决十大行业痛点的决胜之道 / 193
- 第10章从E洗车濒临倒闭谈创业企业建立壁垒的不可或缺 / 205
- 第11章汽车后市场O2O上门服务的六大必死铁律 / 211
- 第12章“互联网+汽车后市场”掘金万亿元市场的四大基本原则 / 220
- 第13章死在家门口的O2O与传统企业的“互联网+”对决 / 239

第三篇“互联网+汽车”之艳

- 第1章从各地方政府打压专车探秘车联网时代盛况图景 / 253
- 第2章车联网将是未来一统江湖的智能化生态应用平台 / 264
- 第3章谷歌最大的杀器无人驾驶汽车终于来了，百度紧随其后 / 273
- 第4章电动车的举国模式是馅饼还是陷阱 / 281
- 第5章解密“互联网+汽车”的未来大趋势 / 290
- 第6章乐视：打造新生态就是要颠覆旧商业模式 / 303

章节试读

1、《风口上的汽车新商业》的笔记-第26页

互联网时代，很难相信以科层制为特征，以管理为核心靠组织分配任务和监工的思维来运营一家企业会有创新动力；靠“过关制”的产品计划，把所有的工程师按照既定的计划束缚在这个已经计划好的体系中，步步跟进完成产品；这样的团队是永远不可能超越既定目标的，也不可能开发出更具有人性的产品。

----北京福田戴姆勒汽车有限公司商品战略张大伟

2、《风口上的汽车新商业》的笔记-第18页

虽然从某种程度上来说，车企可以选择自建电商平台或与成熟的电商平台合作的方式，但对车企而言，自建平台就意味着可以实现对销售线索的集中管理，斥巨资自建平台更符合车企对长远利益的诉求。

《风口上的汽车新商业》

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