

《解码乐视》

图书基本信息

书名：《解码乐视》

13位ISBN编号：9787111553497

出版时间：2016-11-19

作者：周斌

页数：236

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

《解码乐视》

内容概要

从2005年至今，中国互联网突然冒出了一个招数怪异的凶猛剑客——乐视。它的打法屡屡让业内人士直呼看不懂，它的扩张好像没有边界。电视、手机、汽车、金融什么领域都有所涉及。尽管质疑声不绝于耳，乐视还是从一个名不见经传的视频网站发展成为一家市值千亿元的创业板龙头企业，而且在上市公司之外，还有庞大的“乐视系”企业在不断地融资、扩张。从来没有哪家中国民营企业可以在诸多跨界领域中都做到行业的前列。

乐视称它的打法是“生态模式”，在这个生态里，所有的业务都扭结在一起，互相补强、互相协同借力。例如，它同视频网站比电视硬件，与电视厂商比内容，爆发出不在一个维度上的跨界实力。乐视的创始人贾跃亭曾表示，工业时代是点对点的竞争，未来则是链条对链条、生态对生态的竞争。单点将难以和链条、生态相抗衡，对于企业来说，想要通过单点突破取得成功是越来越难了。

本书试图揭示乐视公司的经营模式，阐述其背后的发展力量，分析乐视公司的竞争法则。作者通过大量的资料，在层层抽丝剥茧的探究中让我们逐渐深入了解了乐视的发展路径、内在逻辑，也让我们彻底看懂乐视，了解乐视！

《解码乐视》

作者简介

媒体人、互联网企业观察者，长期关注公司研究，现任职于人民日报社。中国传媒大学文学博士，纽约哥伦比亚大学高级访问学者。

书籍目录

- 序言
- 前言
- 第1章一段必须说的历史：乐视前传 /
作为创业板的龙头股，乐视仿佛一夜之间成了当红“炸子鸡”，其生态逻辑的诡谲、资本运作的眼花缭乱，让不少人感慨这是一家谜一样的企业。但是，企业的乘风而起绝不是凭空而来的，破解乐视的密码还要把眼光延伸到其鲜为人知的前身——西伯尔通信科技有限公司。正是这家企业的实践，奠定了乐视日后发展的逻辑和路径。
“接地气”的生意：从小生意到涉足3G业务 /
前卫的出身：乐视网横空出世 /
第一个爆款内容：手机电视剧《约定》 /
市场的塑造：乐视模式蔚然成形 /
- 第2章生态基石：版权武器显威力 /
西伯尔通信科技有限公司的业务发展使乐视不得不储备正版影视版权，版权运作也逐渐成为乐视影视的内容核心。2005年，在视频网站盗版横行的时候，乐视却以较低的成本购买了大量正版影视版权，为此，乐视的合伙人曾一度窘迫到要卖房来给员工发工资。而正是这批版权，成为乐视全生态起飞的最重要基石和核心资源。
野蛮生长：视频网站成核心业务 /
法务战：储备版权成为资产和“子弹” /
拼钱游戏：争先恐后的版权争夺大战 /
- 第3章进军上游：乐视影业横空出世 /
随着网络影视正版时代的到来，各大视频网站的竞争逐步转变为各自在内容和版权上的较量，进军内容产业的上游是其必然选择。除了乐视网的自制内容，乐视还成立了乐视影业公司，从光线公司挖来了张昭，并收购了花儿影视，构建起了一个包括影视制作、乐视音乐、艺人经纪以及互联网宣传发行的全链条内容生态。内容价值在乐视的全生态中得到利用。
以小搏大：从发行切入电影业 /
“一定三导”：互联网思维用于电影制作 /
理解“网生代”：用产品经理思维做电影 /
并入乐视网：电影向服务业纵深发展 /
- 第4章服务制胜：超级电视占领客厅 /
视频网站陆续找来了“富爸爸”，拼资本并不是乐视的长项，它选择开辟第二战场——电视机市场。最初的产品是电视盒子，由盒子的思路再延伸到电视，以成本定价的乐视超级电视迅速占据了国内大屏智能电视70%的市场份额，用硬件来锁定用户促使其使用乐视网的视频服务。这种模式令视频行业 and 传统电视机厂商感到意外……
盒子试水：进军电视机存量市场 /
电视阳谋：乐视生态战的核心支点 /
重新定义电视：两倍性能，一半价格 /
运营用户：硬件销售完成时服务才刚刚开始 /
玩电视：占领客厅的威力和想象力 /
- 第5章把工业变成服务业：乐视的手机方法论 /
乐视电视以硬件不赚钱、收取会员服务费的方式，清洗了智能大屏电视机市场，贾跃亭显然是希望将这种模式复制到更大的手机市场。但是乐视的入场时间已经很晚了，手机业不是红海，而是一片血海，乐视在一场又一场发布会上宣称乐视手机将以量产BOM（Bill of Material, 物料清单）定价，未来手机还将彻底免费。乐视成为酷派最大股东后，预计两年内手机销量将达到一亿部，乐视手机亏着卖，却仍然能在生态的支持下四处并购，奥秘何在？
从0到1：一个手机公司是如何诞生的 /
超越苹果、三星：打造极致软硬件用户体验 /
公开BOM成本：剑走偏锋的超级营销 /

硬件免费：未来的手机更需要“运营” /

第6章不止做中国的特斯拉：乐视超级汽车 /

刚刚渡过危机，贾跃亭从美国考察回国，宣布要进入汽车业，对标特斯拉，开始生产中国的电动汽车。虽然这普遍被认为是一个疯狂的计划，但贾跃亭认为，这是乐视必须占领的一个极为重要的生活场景。这个投资巨大的项目包括车联网、国内的超级汽车研发、美国的法拉第未来汽车公司以及国内的汽车共享公司（如零派乐享和易到用车）等。虽然整车投产还将耗费更长的时间，但是，乐视显然是尽可能把造车的各个环节都变成阶段性成果，变成面向B（企业）端或C（客户）端的可变现平台。

SEE计划：造车大梦拉开帷幕 /

超越特斯拉：造车计划步步为营 /

乐视车联：互联网化、智能化、电动化和社会化 /

加速走向共享经济时代：收购易到用车 /

第7章“独角兽”如何炼成：乐视体育 /

从乐视网的一个频道到资本市场炙手可热的生态级公司——乐视体育。在互联网的催化下，乐视生态的孵化能力又一次爆发了。乐视体育吸引了刘建宏、马国力等重量级人物加盟，获得了大量资本。是什么样的生态资源和战略战术使得乐视体育能够迅速生长？

超前布局：瞄准“互联网+体育”风口 /

生态玩法：“赛事运营+内容平台+智能化+增值服务” /

超强团队：与梦想为伍，奋发向前 /

融资奇迹：投资人为何愿意埋单 /

第8章乐视超级孵化器：乐视云和金融 /

云是乐视生态最核心的支柱之一，乐视云以及CDN加速等技术是实现乐视视频和各种线上线下信息交互的基础。乐视生态硬件低价、服务收费的模式决定了云服务的体验好坏极为重要。历经考验后，这个原来从乐视网的技术部门演化而来的独立公司以免费CDN为代价杀入了云服务市场。而乐视金融这个秘密筹备的项目也已上线，其子生态级的地位预示着乐视未来在金融领域将有大动作。乐视金融与乐视各业务的资本将形成合力。

为视频而生：十年磨剑成就乐视云 /

输出平台：提供全流程的视频解决方案 /

向死而生：以免费CDN攻占市场 /

乐视金融：用生态模式重新定义金融 /

第9章新一代互联网竞争法则：生态体系的对决 /

乐视的内容（包括影业）、电视、手机、汽车、体育、云、金融七大项目围绕在一起，形成了乐视生态，在同一控制人的推动下，互相补强，每个项目参与竞争的杀手锏都是其他六个项目的存在。这就是乐视所布局的生态力量。那么，乐视建立子生态、扩张的逻辑是什么？又是如何将这些看似没有太大关系的产业整合在一起的？如何在内部管理这些繁杂的人员？其他公司如何借鉴这种模式？本章将揭秘乐视生态的内部奥秘。

闭环：产业链的垂直整合 /

开放：吸引社会资源放大生态 /

生态协作：乐视业务聚合的保障机制 /

用未来定义现在：乐视的全球化之路 /

后记 /

参考资料

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