

电商迷局



[电商迷局_下载链接1](#)

著者:《中国经营者》

出版者:北京大学出版社

出版时间:2013-5

装帧:

isbn:9787301223604

《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：

作者介绍：

《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。

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”

• • • • • ([收起](#))

[电商迷局_下载链接1](#)

标签

电商

电子商务

商业

互联网

经济

经管

创业

A

评论

样书审读

分别采访天猫/京东/苏宁/凡客/当当/美团/1号店/携程/艺龙/乐淘/快书包,但你要说有个什么主心骨去描述这几家电商的特性或共性,我觉得没有,所以读起来很乱,确实很迷乱.反正就是采访拼凑出来的书.

看看CEO和创始人说什么，是了解一个行业和公司的很好方式

这个电视节目值五星

采访稿结集而成，都是电商大佬谈自己，很难客观不是吗？

书不值得看，但艺龙跟携程CEO的访谈侧面记录了些事实：艺龙依靠两样东西打携程，1) 大力做搜索流量购买与SEO（赶上了PC leisure traveler流量崛起的机会），2) 通过返现带来的低价刺激消费者（做到低价低利润率）。艺龙正确的选择聚焦酒店市场，把同程网已经走通的路贯彻执行。范敏看到了价格战的本质，却没能适时的把握PC互联网的趋势。后来5亿美金的价格战，现在来看的确也是携程无法避免的。现在回想，如果携程2009年开始看重PC互联网渠道所带来的新用户，并不纠结于这些用户的低利润现状，留心把他们先给圈住的话。那现在也许没有去哪儿跟艺龙什么事情了。梁建章能顺势而为抓住移动互联网的机会，正所谓善战者求之于势而不择于人。

不太懂的领域

一问一答的形式，对写文章有点帮助

找到自己的价值最重要，跟在老大后面捡掉下来的饭和想办法吃老大吃不到的饭是完全不同的两个概念。艺龙，乐淘和快书包都是很好的“侧翼战”的案例。竇文涛戏谑说自己是老想着怎么挣钱所以总挣不到钱，的确优秀的企业家眼光是盯在如何把事情做好，而非短期的获利。把事情做好了，自然可以站着就把钱挣了。

代表性电商老总的访谈录，其中颇有些真知灼见。

[电商迷局_下载链接1](#)

书评

[电商迷局_下载链接1](#)