

# 什麼都能賣！



[什麼都能賣！ 下载链接1](#)

著者:布萊德．史東 Brad Stone

出版者:天下文化

出版时间:2014-4

装帧:平装

isbn:9789863204473

這不只是一本談論亞馬遜的書，  
也是一本談論你的書！

第一本經貝佐斯認可，深入亞馬遜內部、進行達300多次訪談的經典之作

「想要了解行事隱密、發展快速的亞馬遜，只能透過這本書了。」

★2013年《金融時報》與高盛集團年度最佳商業書

★2013年《富比士》《華盛頓郵報》年度十大好書

★2013年尼曼報告（Nieman Reports）調查報導著作十大好書

★博客來2013外文館商業趨勢年度之最

貝佐斯的亞馬遜帝國，為什麼讓沃爾瑪、Google、蘋果、IBM都懼怕？

亞馬遜領先趨勢的轉化之路，充滿驚奇，也充滿勇氣。

曾經，被對手看輕、從華爾街到市場研究機構都看壞；現在，貝佐斯被《哈佛商業評論》評為「全球最佳現任CEO」，《經濟學人》稱他為「科技先知」，《連線》先給他「賈伯斯後第一人」的稱號，後來則直接稱他為「網路界的CEO」。

於是，各界開始急於讀懂貝佐斯。

就像賈伯斯一樣，貝佐斯腦中總有無限的新點子，不同的是，貝佐斯還具備巴菲特對數字分析的精明，以及自五歲起對太空探險的熱夢。他非常擅於將賺錢與賠錢的生意混搭，開創無可限量的商業模式。

賠錢推出Kindle

Fire，真正賣的是內容；推出免運費服務，讓尊榮服務會員的消費大增；建立亞馬遜市集，讓其他人的產品和自家產品一起賣；提供雲端服務，不只給自己用，還花大錢研發可供各界（包括對手）使用的網路服務。

貝佐斯常說，亞馬遜的任務是：「在全世界提高業界的水準」，他們不只是「給顧客驚喜」，更提供平台與技術，要「讓顧客帶給這個世界驚喜」。

這家全世界最懂顧客、最會在網路時代做生意的公司，顧客群正不斷擴增，從消費者、賣家、企業用戶、新創公司到開發者，愈聚愈多。

過去20年，貝佐斯對外發言總是字斟句酌。不管在商界或科技圈，他都是個謎。你只看到亞馬遜近年來的輝煌成果，卻不知道貝佐斯腦中如何產出這些具開創性的理念。

有些貝氏語錄，貝佐斯說了千百遍，但至今仍讓對手困惑，還有更多的成功密碼，就藏在他的行動布局中。史東在這本書裡，寫出最真實深入的貝佐斯與亞馬遜傳奇，為你一一解密。

名人推薦

趨勢科技董事長 張明正

大小創意齋創意長 姚仁祿

元智大學校長、資策會董事長 張進福

網路家庭董事長 詹宏志

AppWorks 之初創投合夥人 林之晨

華碩雲端總經理 吳漢章

強力推薦

「貝佐斯是這個時代最有洞見的創新者。他就像賈伯斯，以堅強的意志，推動產業改變、創新價值。作者史東以詳實的報導、引人入勝的敘述，真實捕捉了貝佐斯的熱情與才華。」－《賈伯斯傳》作者 艾薩克森 (Walter Isaacson)

「本書可使每個人大開眼界，不管你是賣方、買方，或是想要了解新數位經濟的發展。如果你曾一鍵下單，更該好好讀這本書。」－《Google總部大揭密》作者 李維 (Steven Levy)

「這本書好看極了！其中讓我感到最驚奇的是，我看到一家電子商務公司如何轉化成為一個知識先行者的過程。我認為，這本書提到的貝佐斯的思維與亞馬遜的經營理念，有不少地方很值得台灣的企業經營者學習。」－趨勢科技董事長 張明正

「貝佐斯是賈伯斯離開人間以後，我最敬佩的『思想革命家』。他們做事業，目標是革命，不是賺錢。」－大小創意齋創意長 姚仁祿

「亞馬遜也許是有史以來最令人覺得無可限量的公司。」－元智大學校長、資策會董事長 張進福

「想要了解行事隱密、發展快速的亞馬遜，只能透過這本書了。」－紅杉資本董事長 莫里茲 (Michael Moritz)

作者介绍:

作者簡介

布萊德．史東 Brad Stone

現任《彭博商業週刊》資深撰述。長期追蹤亞馬遜和矽谷科技產業發展，文章常發表在《新聞週刊》、《紐約時報》等。

本書出版後，已獲頒《金融時報》與高盛集團年度最佳商業書、哈佛《尼曼報告》調查報導著作十大好書等獎項。《尼曼報告》盛讚，「史東開拓了財經書寫的新疆界，深入闡釋了亞馬遜對零售業與當代社會的巨大影響力」；《經濟學人》也稱「本書生動刻劃一位了不起的科技企業家，堪稱經典之作」。

譯者簡介

廖月娟

1966年生，美國西雅圖華盛頓大學比較文學碩士。曾獲誠品好讀報告2006年度最佳翻譯人、2007年金鼎獎最佳翻譯人獎、2008年吳大猷科普翻譯銀籤獎。

譯作繁多，包括《賈伯斯傳》、《你要如何衡量你的人生》、《文明的代價》、《告別之前》、《狼廳》、《雅各的千秋之年》等。

目录: 推薦序 不斷轉化的亞馬遜給台灣企業的啟示 張明正  
談笑間，強虜灰飛煙滅 姚仁祿  
洞燭機先，想到一定做到！ 張進福

前言 本書由來  
第一部 信念  
第1章／華爾街的計量金融家  
第2章／貝佐斯之書  
第3章／熱夢  
第4章／分析師的烏鴉嘴  
第二部 文學的靈光  
第5章／火箭少年  
第6章／混沌理論  
第7章／不是零售業，而是科技業  
第8章／菲歐娜  
第三部 傳教士，還是傭兵？  
第9章／起飛  
第10章／信念的盾牌  
第11章／問號王國  
貝佐斯的閱讀書目  
．．．．． ([收起](#))

[什麼都能賣！\\_下载链接1\\_](#)

标签

亚马逊

经营

时间管理

互联网

行为经济学

营销

雪梨

亲爱的安德烈

## 评论

现在看来，中国本土诸多电商皆从亚马逊学习到不少经验，只是凭借中国社会的特殊性声量反而有后来居上的趋势。强烈的好胜性与极致的行动力（或不耐烦）推动了很多企业的成功，亚马逊的成功不过只是这套公式的另一个胜利而已。但不可否认，贝佐斯海纳百川博采众长的特质值得学习。

童年的满足，好奇心，被爱让Bezos无比勇敢，可以做自己。关于Amazon的行事风格，就是Bezos本人的意志体现。生意做大了，就是哲学思考，尤其是改变世界的事情。人要不断学习，突破舒适区。简单即强大。Bezos那么勇敢，是有一个爱他的Mackenzie，我看这本书的时候他俩已经分开了，看着书里他俩的照片，无限唏嘘。

在图书馆闲逛无意间看到了中文版，重读一遍。做个仁慈的人，要比当个聪明人更难。

一周内读完了这本非常精彩也有启发的书。看的是台湾版本，翻译成《什么都能卖》（更喜欢《一网打尽》这个名字）。亚马逊不只是网络卖场，也是网络服务平台和科技创新者。着眼未来，大胆果断，敢于革新，节俭，以客户需求为首要目标，是“比别人更聪明，更努力，花更多时间”的贝佐斯一直坚持的亚马逊的文化和理念。期待亚马逊的下一个十年给大家带来更多惊喜。

[什麼都能賣！ 下载链接1](#)

## 书评

书籍在亚马逊的成长过程中起到了很大的作用。它培养了亚马逊的创新能力，帮助亚马逊形成了独特的文化的发展战略。以下列举的是亚马逊的高管和员工们经常阅读的书目，能够帮助读者更好地理解这个公司。1. [《长日留痕》] (The Remains of the Day)，石黑一雄著，1989 杰夫·贝...

场景营销目的是让用户产生共鸣，完成品牌的传播和产品销售转化，主要有以下五种  
1、仪式感：就是设置特别的流程，举办仪式，以彰显某件事情特别重要。

- 2、代入感：就是参与者沉浸在场景中，引发了他的情绪共鸣。  
3、时代感：有时代感，就是场景要借助与时代相关的道具或活动 4...

存档： <http://lihuafang.baijia.baidu.com/article/3772> 亚马逊凭什么成为网络巨头？  
李华芳

尽管由于2013财年第四季度财报表现不及市场预期，Amazon股价从400多跌到了350左右，但依然不能否认亚马逊作为一家网络巨头公司的地位。那么亚马逊到底是怎么走到今天的呢？ ...

虽然在硝烟弥漫的中国电商战场上很难看到它的身影，但是亚马逊是哪一家电商都无法忽视的一个厉害角色，一举一动都足以在业内引发连锁反应。亚马逊就像一个内功深厚、深藏不露的武功高手，不出手则已，一出手必定在江湖掀起一股风浪。（比如，今天亚马逊AWS服务入华，就引发腾讯...

试读本的内容读完觉得不过瘾 关于亚马逊，实在有太多理由让我们去了解  
商业周刊中文版的封面文章确实很震撼，想了解亚马逊的商业秘密的人，赶紧去先睹为快吧。我想如果是电商人，更应该看看吧  
好书值得推广，强烈建议电商人组团学习此书  
我完全相信这本是亚马逊2.0版本的说法...

1，跟In the  
Plex比更像是一本关于商业公司的书，而不是一本科技公司的书。当然这个既跟作者背景有关也跟Amazon和Google的差异有关。 2，  
Albuquerque真是一个奇葩的地方。Bezos和微软都诞生在那里。之前搬家的时候开车经过，真看不出来。当然Albuquerque诞生过的最好的两样东...

一直以为，小说、传记会很啰嗦，几句话能够讲清楚的东西，非得讲上几百页。这次看这本书之前，也是一样的想法。觉得一本传记，有什么意思？结果是——我错了  
Amazon的故事引人入胜，让我想起了Social  
Network那部电影。如果你很喜欢那部电影，这本书你应该也会喜欢。 不过， ...

"The motto on the top of the website changed from Earth's Largest Bookstore to

Books, Music, and More, and, soon after, to Earth's Biggest Selection - the everything store."

(亚马逊网站上的签名档从“世界最大的书店”改成“书籍、音乐以及更多”。不久之后，又改...

百胜CEO有一本自传《意料之外的CEO》，但是相比而言，亚马逊CEO更适合这个意料之外。虽然都是关于亚马逊贝索斯的书，《一网打尽》和之前的《一键下单》相当互补，《一键下单》80%的内容在《一网打尽》浓缩为20%章节，另外80%则是深度细节记录。意料之外，在于两处，一处在人...

文/严杰夫

无论从哪个角度望去，亚马逊都可算是企业界的“异数”。这个“异数”最让人难以理解的现象或许是：以亏损之身登陆纳斯达克并不稀奇，但在新兴科技企业中，能持续20年维持低增长却委实不多见；更难得的是，面对这样的低增长，亚马逊创始人杰夫·贝佐斯并没有“心急如...

成为亚马逊的忠实粉丝，缘于一次非常顺利的退书经历。之后几次买书，以及使用kindle，都很满意，很不错的客户体验！这本书介绍了亚马逊如何在全公司实施顾客至上：

1 不断创新

贝佐斯强调亚马逊是一家技术公司，用不断创新的技术来提升用户体验；同时也通过并购新的公司与...

在云端，王者真正的秘密武器

亚马逊真正恐怖之处并不在于我们日常看到的电商和kindle，而是AWS（亚马逊的云计算服务），最近亚马逊刚刚拿下GIA（美国中央情报局）的6亿美元大单，让IBM恐慌不已，不仅如此，亚马逊的客户还包括和NASA（美国宇航局）、甲骨文、adobe...

2013年“英国《金融时报》/高盛年度商业图书奖” (Financial Times and Goldman Sachs Business Book of the Year

Award)揭晓，颁给了一本讲述电商集团亚马逊(Amazon)及其创始人杰夫·贝索斯(Jeff Bezos)成功之路的图书。这本书就是《一网打尽》(the everything store)。 ...

关于亚马逊成长史以及创始人杰夫·贝佐斯的书，这要算是最全面的一本。原来曾有一本《一键下单》，仅仅是对亚马逊和贝佐斯进行了一番表面的描述，这本书叙述的更深刻，还有许多关于亚马逊不为人所知的内部爆料，例如，亚马逊的第一个吉祥物是什么，它的第一张订单买的是哪本...

-----  
This is a great book introducing Jeff Bezos' philosophy in different aspects, so this review tries to summarize them. Attitude to customers Bezos always thinks customer first, and he always wants Amazon to do the same. Also, from the business perspective...

-----  
1.清晰前景，在任何时候，严格遵照客户原则 2.贝佐斯的个人魅力 工作不知疲倦  
善于反省 生活中有自己的处理方式 和标志性的大小  
“给我5min，平复情绪，一起解决问题”  
3.员工主要是20-30岁，在招纳员工时秉持寻找最优秀员工原则，他们积极面对挑战  
4.领导和员工有很强烈的联系...

-----  
1. Bezos is a asshole - just like every successful business leader does. 2. Raise as much money as you could - Otherwise your company won't have chance to survive when storm hit. 3. Ambitious - Thinking big and doing small

-----  
[什麼都能賣！\\_下载链接1](#)