

# 轻公司



[轻公司\\_下载链接1](#)

著者:李黎

出版者:中信出版社

出版时间:2009-7

装帧:平装

isbn:9787508615769

《轻公司》解读了在互联网和IT技术越来越充裕的环境里，传统的商业法则是如何被打

破，而新的商业法则如何建立起来的过程。大量生动翔实的采访，为我们构筑了互联网和IT技术影响下的未来商业趋势。李黎和杜晨在《IT经理世界》上发表了一篇封面报道《轻公司》后，迅速在传统行业及互联网行业产生极大反响，无论是老牌的传统企业、创业公司、风险投资商，都视这篇文章为新商业宝典，甚至有业界人士评价，这篇文章拯救了中国的电子商务。“轻公司”一词也在近几年频频出现在商业峰会和媒体上，成为商业精英们讨论的焦点。

其实，对轻公司的讨论并不仅仅局限于电子商务领域，而是在互联网和IT技术充裕的环境里，对中国未来商业趋势的全景式解读。

在《轻公司》的文章之后，作者花了一年多的时间，对轻公司现象进行了更深入的调研。作者走访了中国各行业、超常规成长的创业型企业，包括淘宝、京东商城、李宁、迪士尼、VANCL、苏宁、国航等公司，它们都是在中国资源过剩的背景下，从最靠近市场的地方用互联网抓获客户，然后进行资源的反向匹配。

作者介绍:

李黎

《IT经理世界》CIO版主编，资深媒体人，对制造业、民营企业、零售业、互联网商业模式、电子商务等领域都有深入研究，2007年以来对互联网和信息技术引发的商业变革和商业模式创新做了大量报道，亦是“技术深刻影响商业变革”的推动者。

杜晨

曾在《IT经理世界》担任五年时间记者，长期关注互联网对商业及生活带来的持续性影响。在任职记者期间接触并研究了数以百计的创业公司，最终成为其中一份子，如今是基于数据分析平台的新型互联网服务公司——诺博特信息技术有限公司的联合创始人。

目录: 推荐序一 推荐序二 第1章 轻公司兴起 轻公司试验者 成功的“轻”浪潮 谁是轻公司 第2章 中国：轻公司的天堂 轻公司溯源 互联网：轻的引擎 生于丰饶时代 第3章 源自消费端的变革 传统企业的焦虑 何以为轻：逆向整合资源 更接近消费者的网络社区 渠道的革命 追寻轻基因 第4章 轻基因之一：信息即资本 颠覆昂贵的极速供应链 透明的信用机制 “轻”模式衍生 新商务关系 抓住黄金数据 第5章 轻基因之二：在开放中成长 新利益联盟 沃尔玛的轻基因 迪士尼：获益的合作伙伴 构筑富有活力的商业生态系统 第6章 轻基因之三：成为强有力的资源组织者 价值网络的编织者 利丰的轻基因启示 组织者的成功要素 小卖店的价值创造者 第7章 轻公司的疆界 失控的组织者 失重的开放性平台 把握互联网的“度” 重资金推广：轻公司之痛 VANCL是如何赶超PPG的 第8章 变“重”的轻公司 为什么要变“重” 重中之“轻” 汽车后市场的互联网变量 第9章 价值共创时代 用户参与时代 金融业的P2P浪潮 商业公民崛起 类政府平台诞生 个性化消费的未来 尾声 轻公司法则 透明平等的商业文化 去中心化和再中心化 重新认识消费者 后记一 后记二 . . . . . (收起)

[轻公司\\_下载链接1](#)

标签

互联网

电子商务

轻公司

商业

创业

管理

公司运营

新商业

评论

扎实的采访。中国版互联网商业影响研究。对我而言，新想法不少。

-----  
在线上流量获取已经无比昂贵的今天，跳过如何获取流量说便宜，感觉来到了一个尬吹现场。

-----  
可读性很好，核心还是电子商务，案例穿插其中，挑点刺，就是金融底子太差了，比如联交所应当是香港的不是内地的，比如营业费用的名字已经改称销售费用

-----  
非实业的可以多多了解

-----

好书。

-----  
可以看商业案例，可以看案例分析，但这种理论不严谨，分析不全面的书，只当是开拓点眼界吧。

-----  
ppg那章当时最震撼，现在典型反面教材。

-----  
近期看到的少有的自创名词且真实有料的互联网经济书。

-----  
IT作者不拘泥于本行业，1/3的案例都是第一次看到，很棒。瑕疵是全文架构太过混乱，重复太多；商业模式浅尝辄止，核心结论有所冲突，可惜了。

-----  
车轱辘话来回说，大象借走了

-----  
轻公司 无限靠近市场端，拥有强大的客户组织能力，通过互联网和IT技术，反向匹配上游产业链资源，在带动产业链高效联动的同时，以非资产方式快速成长的企业。

-----  
电子商务课上，老师推荐看的书。我去看了下。嗯，木有下过海的女大学森YY起来，略不感兴趣

-----  
相见恨晚。观点明确，切中商业要害：在互联网等IT网络技术日新月异，信息交互日趋透明的商业环境情景下，企业趋向资产、投入轻量化，利用互联网、IT技术等精确了解用户行为，深度挖掘用户数据，以更靠近客户、消费者端的商业革命为契机，打通商品流通链和产品制造链的隔阂，调动外部资源为自己服务。轻公司特征：1. 固定资产轻。2. 规模小。3. 平台类横向发展而非纵向产业链通吃。轻公司内在基因：1. 信息透明\高效共享。2. 调动外部资源构建商业生态系统。3. 承载作为生态系统核心者的责任，成为强有力的资源组织者(待明确)

-----  
观点极其tangled 条理不清楚... 案例信息量不大

-----  
案例分析

-----  
各个案例就像一盘散沙，一个还没分析透彻，却反复被引用至一个又一个案例中，如蛛网般交织在一起，翻来覆去被用来引证那么几个论点。与其说是分析案例，不如说把案例哪来生搬硬套进论点，大有花姑娘乱穿衣服，高考议论文的节奏。

-----  
想要更好的生存下去，无论个人还是公司，都要学会最大程度的利用可用资源去创造更多的价值。

-----  
只讲了IT的重要性，毕竟是记者写的书，只有空中楼阁不懂落地，缺少how to，自己领悟自己探索吧

-----  
向下游组织用户需求、向上游组织生产

-----  
后面比较有内容。大概是需求反向匹配资源，并整合信息数据，最大限度的接近市场，扩大利润点是关键~诶，很颠覆夜猫对电子商务的认识，夜猫果然一直以来什么都不懂  
。。。

-----  
[轻公司\\_下载链接1](#)

## 书评

焦建/文  
不久前，《南方周末》经济版做了一个有关淘宝上雇人为自己的店子刷好评的报道，算是在一定程度上把这个事情给推而广之了。这个事情的确可怕，相信不少人在“淘宝”

的时候，都是看着店家的星级评分来最终下决定购买的。假如有一天，这种原来值得信赖的评价体系被告知能...

-----  
“为什么让使用者免费，公司反而赚大钱？  
为什么拥有人脉，产品，专利不一定成功，开放才是王道？  
为什么给顾客控制权比砸大钱行销更管用？为什么不花钱也能拥有创新的产品？”  
《google将带来什么？》（<http://www.douban.com/subject/3865371/>）中...

-----  
《轻公司》是最近我读的一本蛮不错的关于企业管理和创业的书，作者调研了这几年比较火的一些“轻公司”，并且做了很详细的分析。轻公司的简单定义：-  
以轻资本进入，首先获得市场，再反向获取生产资源的公司 轻公司的兴起：-  
由网络而起，因为网络给了轻公司快速获得市...

-----  
如果没有重复重复再重复的每几页就强调一次“反向匹配”理论，  
如果语言再轻松流畅些，而不是像一个案例分析教材般干涩生硬，如出大学生之手，  
如果没有把一段逻辑在书里拆成几部分，在不同的章节抡来撸去故弄玄虚，  
那如此好的立意题材和翔实生动的第一手案例，会让这本书成为...

-----  
花了一天时间快速看完了新出的书《轻公司》。应该说书的立意及视角很不错，值得一读。书中几个不错的观点：  
1、在目前的中国商业环境中，企业或许能通过互联网或者IT技术组织资源，以非传统的方式获得规模化成长 2、在实时互动、低成本、信息透明等特性下...

-----  
因为工作的关系，接触了很多公司，需要用投资眼光去做评判，但是这样的过程虽然多，更多是感性的认识，包括创业者的看法、对行业企业的认识等，读了本书，最大的收获是在原有的感性认识中，庞杂的故事中，一条主线出现了。  
作者是记者出身，见得多，追踪得也久。在内容...

-----  
作为同事，还是比较了解这本书的作者李黎姐和晨哥在这本书上花了多大心血，包括当初的采访，在库房门口蹲点，数出货量。贴几个业内名家对这本书的评价，因为书本身是好书，值得宣传。陈年的序  
2007年6月，尚在主持《IT经理世界》的刘湘明，介绍我认识了李黎。她刚刚...

-----

2008年的6月，纽约街头，雷曼兄弟大厦底下，我抚摸着墙上石头刻的“Lehman Brothers”，那种坚固的感觉很震撼。三个月之后，这个公司倒闭了。那些曾在2008年漂浮在人们口中、耳中的商业思潮，绝大多数都随着雷曼兄弟的倒掉而消散了。连同那个时候写的商业书籍一样，当初的高...

对我来说，《轻公司》是本没有白读的书。这本书作者试图为大家解释在互联网时代（其实我看很多内容更适合说是信息化时代），一家企业可以如何构筑新的商业模式。作者归纳出“轻公司”这个概念，是很能吸引人，我认为这本书仅仅是系统提出这个概念，就已经超过了国内管理学...

我也不知道为什么有这么多人推荐，我个人觉得这本书里的东西太普通了，只要你随便关注一下电子商务行业一个月以上就能写的出来。一本完全没有价值的书，说实话~作者的写作水平也不怎么样。要是写的很专业的话我应该看不懂，要是很平名的话我觉得太书本了，感觉是一个大学生写...

所谓商业模式都是事后诸葛亮，此书中间部分赘述过多，一再重复也没什么意义，某些概括提炼也不够精辟。好在一些数据作为参考，还是比较有价值的。

之前就听说过“把公司做小，把客户做大”的理念，但是买《轻公司》这本书，其实是件很随意的事情，更多的是觉得里面讲的都是近几年来活生生的颇具可读性的新鲜案例，而其中的这些公司——淘宝、京东、VANCL等等——都在现实中给我带来了或多或少的便利，它们也都正在改变着人...

轻公司读书笔记：中小企业B2C之路  
去年底鉴于买的书很多没看，发愿以后至少要一个月看完一本书。同时为了避免陷入“常立志”的陷阱，先从一本自己最熟悉的领域开始看，培养一下自己饭后读书的习惯。作为发愿的第一本书，写一下读书笔记作为纪念吧。 框架结构 整本书框架结构很...

轻公司先锋们之惑  
2007年的PPG就像一个破坏者，通过互联网和呼叫中心等技术手段，打破了传统商业世界里的既定规则，打造了一个互联网直销品牌，以超常规的方式实现了快速成长。

同年，另一个轻资产的代表——ITAT——也进入井喷期，创业不到4年已经开设了800多家店铺，营业面...

-----  
互联网是消费者与商家接触的新媒介。这个媒介的最大的作用，对于商家来说，就是能有即时的数字化的反馈信息。这些信息被分析之后可以迅速的反馈给生产制造商，用于指导生产，优化资源。  
聪明的商家更可以通过汇集用户，来吸引上游供应商的支持。所谓的轻公司，正是指那些利用...

-----  
如果研究“轻公司”，这本书在研究方法论上只属于explore的范畴，更多的是事实的陈列。  
是的，那几个案例其实都比较给力，至少可以给刚从传统行业惊醒的人一些借鉴，比如PPG等等。当然也可以说案例不给力，写来写去也就那么几个案例在反复折腾。  
只是在举这些例子的时候，是...

-----  
利用三天的空余时间看完了李黎写的《轻公司》后，合上眼思索着这本书，真的感叹作者的归纳问题的能力。我们都在经历或实践着互联网上所发生的商业变革，但从来没有人给我们来一次梳理，对一样事物的梳理必然涉及很多东西，梳理的过程是一次深度总结的过程，能够使人从历史中总...

-----  
现在浙江的一些充值卡销售点，通过一家充值网站的帮助，能够不再需要先期向移动和联通缴纳大量的资金来购买充值卡赚取差额（这对商户们来说是有好处的）。一旦有用户需要充值，缴费之后，他们便可以要求该网站向移动进行购买，这种购买花费的总量积少成多，便可以获得利润。 ...

-----  
[轻公司\\_下载链接1](#)