

<<互联网之美>>

图书基本信息

书名：<<互联网之美>>

13位ISBN编号：9787302317173

10位ISBN编号：7302317178

出版时间：2013-5

出版时间：清华大学出版社

作者：张浩

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：<http://www.tushu007.com>

<<互联网之美>>

内容概要

互联网发展迄今，其内在蕴含的机理与规律已经演绎得错综复杂。

本书旨将这些蕴含的内容进行切分，分别从科技趋势、战略管理、创新、商业竞争、企业变革、生态环境、价值规律、创业、产品、大企业策略、传统行业互联网化等视角逐一进行介绍，对于每一个规律笔者都附有一个或多个案例来进行解读，从而将其蕴含的美妙哲理展现出来，让读者轻松理解互联网规律，使之构成一个完整的知识体系，最终形成一个系统性的决策组合。

当今互联网顶级人士所形成的优秀知识体系大多来源于从业互联网十多年的经验积累，而本书意在让读者超越时间的跨度，以期通过阅读本书便能快速形成对互联网高度成熟的认识，从而看清互联网问题的实质，寻求互联网机遇或在实际经营中做出正确决策，进一步推动中国互联网的发展。

作者简介

张浩，毕业于郑州大学管理工程系，2011年10月至2012年8月期间任腾讯视频产品研究及商业分析高级经理，负责监控分析研究竞争对手的动态和发展策略，规划有竞争力的视频产品，并针对视频产品进行优化、创新等工作。

<<互联网之美>>

书籍目录

第1章互联网基础规律 1.1科技发展规律 1.2浪潮定律 1.3趋势定律 1.4企业基因与高层智商 1.5互联网蓬勃发展的秘诀 第2章管理篇 2.1高层关注中心 2.2企业的核心资源 2.3成长与扩张 2.4战略主攻与战略防御 2.5产品组合定律 2.6企业高层集权 2.7企业成长中的控制 2.8人才与体制 第3章创新篇 3.1微型创新 3.2创新效应 3.3创新规律 3.4创新是一个尝试的过程 3.5创新思维 3.6价值迁徙 第4章竞争篇 4.1竞争的本质 4.2降维竞争 4.3异维竞争 4.4分析对手 4.5拥抱不确定性 4.6时间线上的变化 第5章变革篇 5.1世界正在快速变化 5.2快速变化的危机 5.3企业因变革而进化 5.4顺势而为定律 5.5跨界竞争 5.6企业价值迁徙 第6章环境篇 6.1企业依势而立 6.2企业随环境而变 6.3互联网产业的联系与竞争 6.4构建区域性垄断 6.5互联网领域的垄断 6.6互联网产业地图 6.7纵向突破与横向整合思想 第7章价值篇 7.1商业价值规律 7.2产品的多维价值 7.3业务分离与组合 7.4基础业务共享和轻资产运作 7.5免费模式产生机理 7.6免费模式价值变现 7.7体验模式 7.8众包模式 第8章创业篇 8.1把握创业机会 8.2抓住创业特性 8.3规避创业竞争 8.4让你变得与众不同 8.5优秀共享的价值 8.6公司的模仿策略 8.7小大企业之辩 第9章产品篇 9.1产品价值与使用成本 9.2蓝海市场 9.3精品战略 9.4产品成长控制 9.5产品用户转移过程 9.6颠覆式创新与对立转化 9.7微创新 9.8简单与美感 第10章大公司发展策略 10.1时间线中的市场 10.2梦想驱动模式 10.3趋势的相对预测性 10.4趋势研发模式 10.5寻找伟大的想法 10.6趋势研发之战略执行 10.7大企业投资并购模式 第11章传统行业互联网化 11.1信息革命 11.2智能机器将带来互联网革命 11.3新领域巨头的诞生 11.4硬件创业 11.5制造业互联网化：智能机器人正在改变全球工业 11.6房地产互联网化：3D打印房屋 11.7汽车行业互联网化：无人驾驶汽车 11.8制造工艺互联网化：3D打印机 第12章综合思维能力提升 12.1科技发展 12.2科幻小说对科技发展的价值 12.3盖茨和乔布斯的对话 12.4大公司抄袭你怎么办 12.5苹果的未来之路 12.6大话腾讯变革 12.7佩奇谈谷歌的战略 12.8综合论述Nexus4的低价策略

章节摘录

版权页：插图：（2）微软 苹果成功推出了个人电脑，但其Mac操作系统采取独享策略，此时，众多同类企业由于缺乏类似的操作系统，前景黯淡，近似被推向了死境。在这种情况下，微软成功推出商业授权的操作系统，立即得到众多厂商的采用，于是微软顺利成为最大的软件企业。

（3）淘宝 本世纪初，互联网已经在中国高速发展，用户规模急剧增加。

互联网的关键优势在于、它能提高信息的流动效率。

由于已经可以通过邮寄的方式送货，于是，通过网络销售商品来降低产品交易成本的“势”逐渐形成。

阿里巴巴公司在这时成功推出淘宝网，并通过搭建平台让任何一个人都可以在网络上销售产品，并以免费的方式降低商家成本，淘宝很快发展成为中国最大的网购平台。

（4）京东 随着淘宝的兴盛，网络购物开始逐渐普及。

但在这个过程中却显现出诸多问题，从而制约了其发展，例如商家诚信度较低、配送服务较差等，这些问题已经达到不可不解决的地步，笔者就经常在网上买到与商家描述大相径庭的商品，或者由于某些细节，导致产品不能使用，而退换货成本又特别高。

这时，迫切需要解决这些问题，从而让网购继续快速发展下去，这需要一种新的模式，即对线上线下产业链进行优化整合及重新分工协作，使得价值链上的每一环都能提供更优服务，这就是一种新的势。

在此时，京东商城这种自营B2C的模式顺应了这种趋势、潮流，从而实现快速发展。

<<互联网之美>>

编辑推荐

《互联网之美》意在让读者超越时间的跨度，以期通过阅读《互联网之美》便能快速形成对互联网高度成熟的认识，从而看清互联网问题的实质，寻求互联网机遇或在实际经营中做出正确决策，进一步推动中国互联网的发展。

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:<http://www.tushu007.com>