

<<谁是我的财富榜样（运营模式篇）>>

图书基本信息

书名：<<谁是我的财富榜样（运营模式篇）>>

13位ISBN编号：9787501758715

10位ISBN编号：7501758719

出版时间：2003-01

出版时间：中国经济出版社

作者：王方剑 编

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>

## <<谁是我的财富榜样（运营模式篇）>>

### 内容概要

新东方、我爱我家、新丝路、携程网、腾讯QQ、拓展训练、《生活速递》、大贺喷绘、洋话连篇...  
...在人们心目中，这些企业和品牌，几乎已经成为英语培训、房产中介、模特经纪，网上订房、即时通讯、户外培训、直投媒体、广告喷绘、英语口语培训等新生意的代名词。

在众多新生意的背后，中国第三代、第四代创业家正在崛起..... 这些新生意是什么，我们知道：然而，它们背后是谁，这个人是如何把这个事情做起来的，我们却不知道。

虽然，新生代创业精英还不是当今的商界明星，但他们是想创业和正在创业人们的财富榜样，他们的财富历程具有可模仿性、可复制性、可借鉴性，贴近性极强。

本书对其多年创业历程进行了深度解剖，对他们的成功模式进行了MBA式的解读。

本丛书记录了中国50余家最新锐创业企业的财富与商业方法。

丛书共4册，有《谁是我的财富榜样：运营模式篇》、《谁是我的财富榜样：市场细分篇》、《谁是我的财富榜样：商机发现篇》、《谁是我的财富榜样：技术产业化篇》。

## <<谁是我的财富榜样（运营模式篇）>>

### 书籍目录

财富榜样的时代（代序） 光线传播——中国民间最大的电视节目制作公司 1 光线传播：电视内容生产的工业化实验 在一栋白色小楼中，中国电视内容工业化流水线生产实验正在进行。

北京西三环这栋白楼中的民间电视内容制作公司——北京光线电视传播有限公司，甫一问世即被冠以多项先锋的帽子。

眼下，光线传播每天能提供4小时以上的自主版权的新节目内容。

在中国，这样的内容规模和供片能力与一个省级电视台相当。

这个数字不可小觑。

不过，是什么力量支撑起了这个数字？

专事节目制作的公司依赖高质量内容以立足。

但是，一个PC制造商很容易将每台PC的质量都控制得整齐划一，而生产非标准化信息产品的传媒，如何使不同刊期的内容像不同批次的PC那样长期保持稳定的质量？

国内传媒的生产流程一直以来柔性太过而刚性不足，几乎缺省了这一课。

光缆传播的先锋价值因此凸显。

《北京特快》练出新锐风格 创业瞄准娱乐节目空档 半年内实现日播 娱乐节目市场占位 多方位资源共享 打造电视生产流水线 超越电视内容提供商 “以产定销”变身“以销定产”

强化“e”品牌 深挖“娱乐产业链” 本运作紧锣密鼓 凯觐娱乐与传媒巨头 重点提示：赢利模式：以光线传播为代表的TCP的赢利模式 竞争情报：国内部分电视节目制作公司（TCP）一览表 产业延伸：光线传播深挖“娱乐产业链”的进程图 商机提案：光线传播创业者眼中的10条商机

采访手记：冒险是成功转型的前提 好孩子集团——中国最大的儿童用品生产企业 好孩子：对接国际资本的韬略 长期雄踞国内童车市场、在美国市场占有率第一的这个神奇的“好孩子”，究竟是在怎样的环境背景下长大的？

仔细探究“好孩子”的历史，可以发现，某种程度上，这个“好孩子”正是在宋郑还亲手找寻的资本帮助下，渐渐“养大”的。

“好孩子”创业过程中的每一次重要扩张或者业务转向，都同时伴随着金融资本的介入，而宋就在这种面向资本的不断的“退让”与“妥协”中，一边逐步放弃控股机会，一边勤勤恳恳地“养大”了“好孩子”。

因此可以说，“好孩子”长大的历史，也同时是资本渐渐进入的历史。而很多企业恰恰是在与资本对接的关口翻船。

资本角力 资本养大的“好孩子” 未来：感悟股东 与宋郑还面对面：“这个孩子无论谁来领养都会养好” 重点提示：创业者的印记无法改变 竞争情报：2001年国内童车市场综合占有率品牌前十名 采访手记：“好孩子”的普遍价值和光集团——中国最大的IT产品分销商之一 3 和光：从创业团队到职业化团队 4 华谊兄弟：新手法运作不充分竞争市场 5 君合：十年不散的“制度基石” 6 良子：“手工活”的规范化 7 美特斯邦威：在实业中“虚拟经营” 8 赛迪传媒：媒体经营权打包上市 9 复星：成就投资性控股公司的五路招法 10 联创：本土创投巨子的“选秀秘笈” 11 席殊书屋：“三驾马车”的能动进程 12 “洋话连篇”：品牌延伸的神奇能量 13 正泰：创业者股权稀释的成功之道 14 中华网：新经济的传统生存策略 附录：中国50创业新锐榜 成功创业家眼中的87条商机 主编致谢：这本书应该记上他们的名字 鸣谢：北大纵横企业管理咨询公司

资本角力 资本养大的“好孩子”

未来：感悟股东 与宋郑还面对面：“这个孩子无论谁来领养都会养好” 重点提示：创业者的印记无法改变 竞争情报：2001年国内童车市场综合占有率品牌前十名 采访手记：“好孩子”的普遍价值和光集团——中国最大的IT产品分销商之一 3 和光：从创业团队到职业化团队 4 华谊兄弟：新手法运作不充分竞争市场 5 君合：十年不散的“制度基石” 6 良子：“手工活”的规范化 7 美特斯邦威：在实业中“虚拟经营” 8 赛迪传媒：媒体经营权打包上市 9 复星：成就投资性控股公司的五路招法 10 联创：本土创投巨子的“选秀秘笈” 11 席殊书屋：“三驾马车”的能动进程 12 “洋话连篇”：品牌延伸的神奇能量 13 正泰：创业者股权稀释的成功之道 14 中华网：新经济的传统生存策略 附录：中国50创业新锐榜 成功创业家眼中的87条商机 主编致谢：这本书应该记上他们的名字 鸣谢：北大纵横企业管理咨询公司

采访手记：“好孩子”的普遍价值和光集团——中国最大的IT产品分销商之一 3 和光：从创业团队到职业化团队 4 华谊兄弟：新手法运作不充分竞争市场 5 君合：十年不散的“制度基石” 6 良子：“手工活”的规范化 7 美特斯邦威：在实业中“虚拟经营” 8 赛迪传媒：媒体经营权打包上市 9 复星：成就投资性控股公司的五路招法 10 联创：本土创投巨子的“选秀秘笈” 11 席殊书屋：“三驾马车”的能动进程 12 “洋话连篇”：品牌延伸的神奇能量 13 正泰：创业者股权稀释的成功之道 14 中华网：新经济的传统生存策略 附录：中国50创业新锐榜 成功创业家眼中的87条商机 主编致谢：这本书应该记上他们的名字 鸣谢：北大纵横企业管理咨询公司

和光：从创业团队到职业化团队 4 华谊兄弟：新手法运作不充分竞争市场 5 君合：十年不散的“制度基石” 6 良子：“手工活”的规范化 7 美特斯邦威：在实业中“虚拟经营” 8 赛迪传媒：媒体经营权打包上市 9 复星：成就投资性控股公司的五路招法 10 联创：本土创投巨子的“选秀秘笈” 11 席殊书屋：“三驾马车”的能动进程 12 “洋话连篇”：品牌延伸的神奇能量 13 正泰：创业者股权稀释的成功之道 14 中华网：新经济的传统生存策略 附录：中国50创业新锐榜 成功创业家眼中的87条商机 主编致谢：这本书应该记上他们的名字 鸣谢：北大纵横企业管理咨询公司

席殊书屋：“三驾马车”的能动进程 12 “洋话连篇”：品牌延伸的神奇能量 13 正泰：创业者股权稀释的成功之道 14 中华网：新经济的传统生存策略 附录：中国50创业新锐榜 成功创业家眼中的87条商机 主编致谢：这本书应该记上他们的名字 鸣谢：北大纵横企业管理咨询公司

成功创业家眼中的87条商机 主编致谢：这本书应该记上他们的名字 鸣谢：北大纵横企业管理咨询公司

## <<谁是我的财富榜样（运营模式篇）>>

### 媒体关注与评论

书评本丛书记录了中国50余家最新锐创业企业的财富与商业方法。丛书共4册，有《谁是我的财富榜样：运营模式篇》、《谁是我的财富榜样：市场细分篇》、《谁是我的财富榜样：商机发现篇》、《谁是我的财富榜样：技术产业化篇》。

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>