

<<阿里巴巴集团考察>>

图书基本信息

书名：<<阿里巴巴集团考察>>

13位ISBN编号：9787509605103

10位ISBN编号：7509605105

出版时间：2009-3

出版时间：经济管理出版社

作者：荆林波 编

页数：322

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>

<<阿里巴巴集团考察>>

前言

为了贯彻党中央的指示，充分发挥中国社会科学院思想库和智囊团的作用，进一步推进理论创新，提高哲学社会科学研究水平，2006年中国社会科学院开始实施“国情调研”项目。

改革开放以来，尤其是经历了近30年的改革开放进程，我国已经进入了一个新的历史时期，我国的国情发生了很大变化。

从经济国

情角度看，伴随着市场化改革的深入和工业化进程的推进，我国经济实现了连续近30年的高速增长。我国已经具有庞大的经济总量，整体经济实力显著增强，到2006年，我国国内生产总值达到了209407亿元，约合2.67万亿美元。

列世界第四位；我国的经济结构也得到了优化，产业结构不断升级，第一产业产值的比重从1978年的27.9%下降到2006年的11.8%，第三产业产值的比重从1978年的24.2%上升到39.5%；2006年，我国实际利用外资为630.21亿美元，列世界第4位，进出口总额达1.76万亿美元，列世界第3位；我国人民生活水平不断改善，城市化水平不断提升。

2006年，我国城镇居民家庭人均可支配收入从1978年的343.4元上升到11759元。

恩格尔系数从57.5%下降到35.8%，农村居民家庭人均纯收入从133.6元上升到3587元，恩格尔系数从67.7%下降到43%，人口城市化率从1978年的17.92%上升到2006年的43.9%以上。

经济的高速发展，必然引起国情的变化。

我们的研究表明，我国的经济国情已经逐渐从一个农业经济大国转变为一个工业经济大国。

但是，这只是从总体上对我国经济国情的分析判断，还缺少对我国经济国情变化分析的微观基础。这需要对我国基层单位进行详细的分析研究。

<<阿里巴巴集团考察>>

内容概要

本书是国内学术界第一部针对阿里巴巴经营模式进行深度研究的专著，课题组在阿里巴巴集团的大力支持下，对阿里巴巴的业务发展历程进行了全面调查。

《阿里巴巴集团考察：阿里巴巴业务模式分析》对阿里巴巴的B2B模式、淘宝模式、支付宝模式、雅虎口碑模式、阿里软件、即时通信业务、网络广告与移动商务等做了全面的剖析，解读了阿里巴巴的成功因素，探讨了阿里巴巴企业文化与社会责任的构建，并且对阿里巴巴模式发展中存在的问题进行了阐述。

<<阿里巴巴集团考察>>

书籍目录

第一章 阿里巴巴业务发展历程一、初步成长期（1999-2002年）二、快速发展期（2003-2007年）三、业务整合期（2008年至今）第二章 阿里巴巴IPO过程一、阿里巴巴主要融资历程及上市公司股权结构二、阿里巴巴IPO的特点三、阿里巴巴IPO的意义四、对阿里巴巴IPO的评价及其反映出来的问题五、由阿里巴巴IPO引出的几个问题及推测第三章 阿里巴巴的B2B模式一、投资银行对阿里巴巴的另眼相看二、如何评估B2B商业模式三、行业网站能否挑战阿里巴巴模式四、阿里巴巴的隐忧第四章 淘宝：阿里巴巴的网上购物平台一、网上购物的发展二、淘宝选择进入C2C三、淘宝从挑战者到领先者的成长历程四、我国C2C市场发展与竞争五、淘宝免费策略的评价六、淘宝进军B2C七、我国B2C市场的发展八、淘宝涉足B2C后的主要问题第五章 阿里巴巴的支付宝模式分析一、中国电子支付的产业环境问题二、支付宝的流程、服务以及盈利模式三、目前第三方支付存在的问题第六章 中国雅虎：阿里巴巴的搜索引擎业务一、从雅虎中国到中国雅虎二、阿里巴巴集团一雅虎全球收购案三、中国雅虎定位搜索服务四、中国雅虎在搜索引擎市场的生存环境五、中国雅虎VS我国领先搜索引擎服务商六、阿里巴巴集团与中国雅虎的整合苦旅七、中国雅虎的业务探索——站长天下第七章 阿里巴巴软件业务一、“阿里软件”发展的两个阶段二、“阿里软件”发展的策略分析三、“阿里软件”发展前景分析第八章 阿里巴巴的即时通信业务一、阿里巴巴即时通信业务介绍二、腾讯即时通信业务介绍三、阿里巴巴与腾讯的竞争第九章 阿里巴巴网络广告与移动商务业务一、阿里妈妈——阿里巴巴的网络广告平台二、我国移动商务的发展三、阿里巴巴的移动电子商务业务第十章 阿里巴巴的成功因素一、阿里巴巴得益于中国电子商务大发展的宏观背景二、阿里巴巴从B2B第三方平台入手，确立霸主地位三、阿里巴巴B2B的目标顾客四、阿里巴巴B2B的不断创新五、阿里巴巴B2B的服务体系——生态链六、小结第十一章 阿里巴巴的企业文化与社会责任一、企业文化的研究综述二、阿里巴巴的企业文化三、阿里巴巴——中国新型诚信体系的建造者四、阿里巴巴的企业社会责任附录 关于外资对我国互联网企业控制问题的研究报告一、总体分析二、门户类互联网企业外资进入情况三、电子商务类互联网外资进入情况四、网络游戏类外资进入情况五、服务增值类互联网企业的外资进入情况六、软件、通信增值类互联网企业外资进入情况七、搜索引擎类企业外资进入状况八、我们的看法和建议参考文献后记

<<阿里巴巴集团考察>>

章节摘录

第一章 阿里巴巴业务发展历程 在国内的互联网企业中，提起阿里巴巴几乎无人不晓，马云更是无人不知，被奉为电子商务的神话。

而在社会上有关阿里巴巴以及马云的书籍遍布各大书店。

本章对阿里巴巴集团的经营发展过程进行了详细的剖析，并以阿里巴巴的发展为例来展示中国互联网的发展大致路径。

阿里巴巴发展的近十年时间，大致可以分为初步成长期、快速发展期及业务整合期。

一、初步成长期（1999-2002年） 阿里巴巴于1998年12月在开曼群岛注册成立。

1999年3月，马云以50万元在杭州创建了营运公司阿里巴巴中国，为网上B2B交易提供软件及技术服务。

1999年6月，马云在开曼群岛注册成立阿里巴巴集团。

1999年10月，阿里巴巴获得Investor AB、高盛、富达投资（Fidelity Capital）和新加坡政府科技发展基金投资的500万美元“天使基金”。

2000年1月，软银集团（SOFT BANK）与阿里巴巴集团正式签约，向其投资2000万美元。

2000年7月，因创建全球最优秀的电子商务网站，马云成为近50年来第一个登上《福布斯》封面的中国大陆企业家。

2002年2月，阿里巴巴进行第三轮融资，日本亚洲投资公司注资500万美元。

2002年3月，阿里巴巴推出中国第一个网上信用管理平台——“诚信通”。

几个月后，发布日文网站，全面进军日本市场并一举成为全球最大的网上贸易平台。

截至2008年，阿里巴巴B2B已经开通了中国站、国际站和日文站三个网站，推出了“中国供应商”和“诚信通”两款主要服务产品。

B2B模式成为中国互联网的一大看点，受到风险投资基金的青睐。

<<阿里巴巴集团考察>>

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>