第一图书网, tushu007.com

<<马云说>>

图书基本信息

书名：<<马云说>>

13位ISBN编号：9787203076537

10位ISBN编号：7203076539

出版时间：2012-6

出版时间：山西人民出版社发行部

作者：纪永英,李红　著

页数：201

字数：250000

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

前言

前言：生意还在继续…… 2011年，对“神”一般的马云来说，似乎是一个不太顺利的年份。
先是2月份，阿里巴巴惊现供应商欺诈事件，马云“挥泪斩”卫哲；然后5月份，支付宝股权转移事件，引发“VIE（协议控制）风波”，马云身陷质疑包围圈；再后来10月份，淘宝商城调整服务费，招致中小卖家“十月围城”，马云被迫暂缓执行新规。
一切迹象似乎都在表明，声称“天下没有难做的生意”的马云，2011年的生意做起来并不是特别顺利。
由此，是否就可以说马云和阿里巴巴开始走下坡路了呢？
要知道，危机如同纳税与死亡一样不可避免。
对一个刚刚建立十余年、不算太成熟的企业来说，遭遇一些风波实属难免，且再正常不过。
理智和客观地看待一家企业、一个企业家，用开放的心态评鉴其在商业上取得的成就和犯下的错误，对我们每个人而言，都会受益良多。
据2012年2月21日阿里巴巴B2B上市公司发布的2011年第四季度及全年财务报告，阿里巴巴2011年全年营业收入与2010年相比，增长15.5%，增至64.2亿元；其净利润同比增长16.6%，增至17.1亿元。
阿里巴巴收入和净利润增长的背后，是会员数量的持续增加。
据这份财报显示，2011年，阿里巴巴国际交易市场和中国交易市场共增加1450万名注册用户和超过140万个企业商铺。
截至2011年12月31日，阿里巴巴国际交易市场和国内交易市场上共有7630万名注册用户、1000万个企业商铺及765363名付费会员。
阿里巴巴表现依然给力，淘宝网也没有让人失望。
根据艾瑞咨询统计数据显示，2011年中国网络购物市场交易规模为7735.6亿元，与2010年相比，增长67.8%。
在C2C市场，淘宝网还是一家独大，市场份额高达90%以上。
在B2C市场，淘宝网在含平台式B2C市场中的份额过半，为53.3%。
在自主销售为主的B2C市场中，京东商城占据领先，市场份额为36.8%。
不可否认，当下阿里巴巴面对着慧聪网、eBay等虎视眈眈的强劲对手，淘宝网更是要直面京东商城、VANCL等后来者的汹汹来袭。
只是无论如何，我们可以肯定的是，马云不会将自己辛苦打下的“江山”拱手让出。
马云说过：“领导力在顺境的时候，每个人都能发挥出来，只有在逆境的时候展现出来的才是真正的领导力。
” 1999年阿里巴巴初创建，人们对互联网知之甚少，对电子商务更是几乎一无所知，马云以“奔走相告”式的疯狂推广，让大家知道了网上也可以做生意；2001年互联网遭遇刺骨寒冬，各家大小网站接连倒下，而在马云超强毅力的带动下，阿里巴巴硬是咬牙坚持下来，等到了春天的到来；2003年，淘宝网刚刚成立，就遭遇国际巨头eBay的广告封杀，举步维艰，在马云“倒过来看世界”的创意下，仅仅1年之后，淘宝网就成长为中国网络购物市场的领军企业…… 每一家企业的发展之路都不可能一马平川，其间总会遇到大大小小的挫折。
有些挫折甚至可能让企业发展难以为继。
此时，创业者的做法就显得尤为重要。
理查德·福斯特在《创新，进攻者的优势》中也强调，企业能否创新，领导者至关重要，“他没必要是科学家，但他必须能理解科学和创新的发展；他应该确信并强调，即便公司从古典经济学来看各方面都运行良好，也应该舍弃原有的技术和技能基础；当开发新产品和新流程的初始阶段往往不可避免地偏离轨道或结果令人失望时，他应该有忍辱的精神。
” 2011年之前，在阿里巴巴每一次陷入逆境时，马云都会展现出其“真正的领导力”，最终让企业化险为夷。
从某种意义上说，马云是商业天才，他以创意、激情和坚持为犁，在中国电子商务这块荒芜之地上深度耕耘，缔造了庞大的阿里巴巴帝国。

阿里巴巴一直在探索如何让天下没有难做的生意，虽终点未知，但这种伟大的理想让阿里巴巴品牌越做越大，越来越得到公众的尊重与欣赏。
同时，我们也应清醒地认识到，品牌建设永无止境，短暂的风光不代表长此以往的胜利，前行路上的每一个障碍，都可能让品牌陷入万劫不复的深渊。
企业家所能做的，唯有坚持使命，谨慎前行。
现在，经过十余年的快速发展时期，阿里巴巴过渡到平稳上升的“守成”期，竞争依然存在而且更加激烈，其自身也出现了各种问题。
如何去力挽狂澜，送阿里巴巴再登上另一个高度，是马云及其领导团队必须要认真面对的难题。
让我们在参考和学习马云生意经的同时，也对他有更多的期待。

内容概要

经过十余年的快速发展时期，阿里巴巴过渡到平稳上升的“守成”期，竞争依然存在而且更加激烈，其自身也出现了各种问题。
如何去力挽狂澜，送阿里巴巴再登上另一个高度，是马云及其领导团队必须要认真面对的难题。
《马云说：生意就该这么干》让我们在参考和学习马云生意经的同时，也对他有更多的期待。

《马云说：生意就该这么干》中，马云的成功特质，都淋漓尽致地张扬在了做生意的过程中。
本书由财经图书作者纪永英、李红著。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

纪永英，资深财经图书作者，华宝创投投资分析师，投资联盟投资经理，地产经济案例分析员。
著有《白银投资必胜术》、《保卫我们的钱包》等书。
长期关注并研究理财、中小企业融资、创业等领域，对此具有锐敏的洞察力。

书籍目录

推荐序：马云这个人
前言：生意还在继续……
第一讲 眼光要比别人长远3年
 在世界上迈出B2B的第一脚
 等“孩子”长大了，会赚大钱
 天不怕地不怕，就怕CFO当CEO
 数百亿元“大物流”的野心
 看得远，才能抢先市场
第二讲 一条道，要走到“黑”
 今天和明天很残酷，后天很美好
 小聪明，不如傻坚持
 学会对更多的机会说NO
 最大的失败就是放弃
第三讲 先让合作方尝到“甜头”
 做中小企业之间的“媒人”
 联手银行为中小企业“输血”
 帮助别人挣钱，自己才能赚到钱
 不做竭泽而渔的“愚人”
第四讲 找一个最简单的赚钱方式
 “捕虾”比“捕鲸”更赚钱
 越简单的方式，越赚钱
 没个性等于没前途
 想赚钱，先把钱看轻
第五讲 “做好”是“做大”之母
 先活下来，然后再赚钱
 客户是百年基业的“地基”
 做好做强，不急于做大
 有价值的东西，失去得更慢
 企业大不一定是好事儿
第六讲 想到就要赶紧去做
 梦想只有被执行了，才有意义
 阿里巴巴是执行的结果
 没有完美的理念，只有脚踏实地的结果
 细化才能更好地执行
 在执行中检视你的错误
第七讲 与最合适的人一起做事
 阿里巴巴有个“百万”团队
 好公司就像一座动物园
 天才不一定就适合你
 一起疯狂的“傻子”最可爱
 没有人能挖走你的团队
第八讲 信用不是金钱，却比金钱更重要
 阿里巴巴是信用托起来的
 世界上最不靠谱的东西就是关系
 信用才是最有力量的财富

要经商，从培养信用开始
第九讲 在别人改变前先改变
“爱占互联网的便宜”
变化是应对竞争的利器
永远在形势最好时改变
变化不来，压力一定会来
第十讲 创业者永远年轻
永远不要忘记最初的梦想
激情就是生产力
用左手去温暖你的右手
心中无敌，便天下无敌
第十一讲 做一行就应该爱一行
在B2B大地块上深耕细作
专心做好一件事
“痛苦地坚持，快乐地去死”
选择你的事业，事业也选择你
第十二讲 最大的错误就是不犯错
“阿里巴巴的1001个错误”
犯错也是一种学习的过程
学会借用别人的错误
永远把别人的批评记在心里
附录：马云创业格言

章节摘录

编辑推荐

《马云说:生意就该这么干》讲述了“ 中国互联网之魂 ”马云的十二堂商业课，泄露持续做强做大天机，价值千万的商业圣经，中国1亿草根创业者走向成功的必备教科书。
很难用一句话准确概括的马云。
而在《马云说:生意就该这么干》中，他的这些特质，都淋漓尽致地张扬在了做生意的过程中。
这也许就是马云之所以比你我更能掌控自己的人生与事业的原因所在。

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