

<<电商的战国>>

图书基本信息

书名：<<电商的战国>>

13位ISBN编号：9787509745809

10位ISBN编号：7509745802

出版时间：2013-5

出版时间：社会科学文献出版社

作者：李芷巍

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>

<<电商的战国>>

前言

李芑巍 提笔写本“电商”的书，满脑子出现的仿佛都是中国电商们不断争战的故事，一如当年的战国时代，故用《电商的战国》作为书名，这也正符合当今媒体或大众评论电商的爱好或者是倾向。战国时代是中国古代重要的历史时期之一，这一时期混战不休，故被后世称之为“战国”。战国续百家争鸣的文化潮流，围绕经济技术的新发展，各国相继图强而展开举国变法。战场争锋，涌现出了大量为后世传诵的典故。近10年来，中国电子商务市场高速增长，成为我国扩大消费的一个主要渠道，电子商务促进了相关产业的变革和发展。同时，电商们群雄角逐，争夺市场，放眼望去，市场一片“刀光剑影”，开始了一场强者愈强、弱者不灭的生死决斗的神话。在电商竞争的硝烟战火里，“乱世出英雄”，当旧秩序被打破，新秩序尚未建立起来的时候，就是群雄争霸之际，就像今天的“中国电商”。本书立意、构思奇特，采用穿越时代的章回小说形式，结合现实展开对具体事情的描述。在这里，在一种极富个性色彩的探索和描述中，以开阔的视野、丰富的内容表现电商们创业的历程，有波折、有遭遇、有思想、有体验、有认识，并通过展望未来提出发展的建议。这种表现不仅超凡脱俗，更具有尊重与刻画现实的意义，从而形成了本书的风格。有感而发拙笔作词《水调歌头·电商的战国》。

<<电商的战国>>

内容概要

李芑巍所著的《电商的战国》立意、构思奇特，采用穿越时代的章回小说形式，结合现实展开对具体事情的描述。

在这里，在一种极富个性色彩的探索和描述中，以开阔的视野、丰富的内容表现电商们创业的历程，有波折、有遭遇、有思想、有体验、有认识，并通过展望未来提出发展的建议。

这种表现不仅超凡脱俗，更具有尊重与刻画现实的意义，从而形成了《电商的战国》的风格。

<<电商的战国>>

作者简介

李芒巍(建设)中共党员。

经济学硕士，教授。

中国著名物流专家，中国物流研究应用领域实战派领军人物，享誉业内的物流策划大师，中国物流策划创始人，被誉为“中国物流策划第一人”。

现任职：广州大学物流规划设计研究院院长，广州大学物流与运输研究中心副主任，中国物流策划研究院副院长，中物策(北京)工程技术研究院副院长，广州李芒巍物流策划机构首席执行。

社会职务：中国物流策划专业委员会主席，中国物流学会常务理事，全国物流园区专业委员会常务理事，国际物流师职业资格认证专家委员，上海交大和中山大学现代物流与供应链管理EMBA和CLO授课教授，广东省物流行业协会副秘书长，英国(国际)物流规划设计研究院中国大陆区首席顾问专家。

李芒巍拥有全国各大经济区域物流项目成功案例和经典案例：李芒巍物流策划理论研究与案例被评为“中国创意产业自主创新优秀成果”；先后荣获“中国物流策划最佳杰出人物奖”“中国物流风云人物”“中国物流最具影响力人物”“中国物流策划最高荣誉奖”；国家《科教兴国》《创新与发展》《中国学者》和《荣誉中国·科技创新先锋》收录入编杰出专家；著作有《物流策划》《快递来了》《中华驿站与现代物流》等。

<<电商的战国>>

书籍目录

第一部 缘起 第一卷 追溯起源 第一回 雄心初起生存测试 第二回 风起云涌惊案启蒙 第三回 顾盼自雄艰难起步 第四回 百变异形风雨迷踪 第五回 威风凛凛王者归来 第六回 风云游侠艰难岁月 第七回 风雨之后启迪江湖 [新闻链接] 第二卷 当当——从书本传来的声音 第八回 剑侠情缘侠侣红颜 第九回 江湖异动初露锋芒 第十回 优势凸显胜券在握 第十一回 收购激战股权争王 第十二回 资本困境平台忧患 第十三回 卖书亮剑当当优品 当当网大事记 当当网所获荣誉 第三卷 芝麻开门——阿里巴巴崛起 第十四回 乱世英雄神马传说 第十五回 B2B航母登陆港市 第十六回 捍价值观刮骨疗毒 第十七回 不是银行胜似银行 第十八回 平台数据金融战略 第十九回 集中火力灵活迎战 第二十回 七剑合璧威震江湖 阿里巴巴集团大事记 [八方说词] [档案存底一] [档案存底二] 第四卷 2000年：亚马逊卓越 第二十一回 破阵缘起闯关初创 第二十二回 战事变焦收购坦然 第二十三回 运时欠佳磨炼硬功 亚马逊卓越大事记 第五卷 2001年：新蛋——中国的“金蛋” 第二十四回 中国新蛋潜能玄幻 第二十五回 湖中舞枪气吞山河 第二十六回 风暴弩剑指九州 新蛋中国大事记 新蛋中国荣誉第二部 风云 第六卷 2003年：淘宝一统江湖 第二十七回 模仿超越剑气追宗 第二十八回 阿里传播战术空间 第二十九回 淘宝商城混战激烈 第三十回 独行改版易容天猫 第三十一回 万亿背后电商时代 [档案存底一] [档案存底二] 第七卷 2004年：支付宝横空出世 第三十二回 生于淘宝王者之范 第三十三回 股权转让掀波起澜 第三十四回 创新变革异彩纷呈 支付宝大事记 支付宝荣誉 第八卷 2004年：京东蜕变绝地反击 第三十五回 线下创业转型艰难 第三十六回 击水起浪极速扩张 第三十七回 技源物流后端优化 第三十八回 决战苏宁扣人心弦 第三十九回 杀入互联金融战机 京东大事记 京东所获荣誉 [八方说词] [档案存底] 第九卷 2005年：腾讯不等闲 第四十回 拍拍财付线通上阵 第四十一回 大举收购分拆电商 第四十二回 腾讯挑战三大战役 第十卷 2006年：范爷代言 第四十三回 功能策略启动市场 第四十四回 成功取胜奇妙模式 第四十五回 范爷出手非同代言 梦芭莎大事记 第十一卷 2007年：不平凡的凡客 第四十六回 PPG启示新阵扩充 第四十七回 快的代价模式翻新 第四十八回 凡客VT奇迹再现 第四十九回 跃进之后静思反省 凡客大事记 [档案存底] 第三部 战国 第十二卷 2008年：网上超市“1号店” 第五十回 分钟命门秒杀手铐 第五十一回 峰嶂插天平安入局 第五十二回 携沃尔玛双刀陆场 第五十三回 1号长矛挥洒无限 一号店大事记 [档案存底] 第十三卷 2009年：唯品会——抓住女人抓住市场 第五十四回 中国线上闪购搏击 第五十五回 浴血天涯图欲上市 第五十六回 成功围剿赢利获胜 第五十七回 未来竞争不灭武尊 唯品会大事记 唯品会荣誉 第十四卷 2010年：我团我快乐 第五十八回 团购模式冰火两重 第五十九回 火热自闭潮涌潮现 第六十回 威震天下一元曙光 第十五卷 2011年：传统家电零售参战电商 第六十一回 苏宁实体组合征战 第六十二回 国美在线奋起追杀 第十六卷 2012年：传统行业的电商之路 第六十三回 传统转型身陷困境 第六十四回 品牌公司八面威风 第六十五回 罗莱森马七匹狼美邦奥康九牧王 富安娜与探路者合纵连横做电商 第六十六回 银行涉足武魂装备 第六十七回 粮食钢铁物流电商 [八方说词] 第十七卷 2013年：电商战国新态势 第六十八回 广货上网产业园区 第六十九回 店电网商云商模式 第七十回 电商物流跨界之争 第七十一回 智能物流千秋霸业 第七十二回 电商重金掷向物流 第十八卷 未来：新趋势 第七十三回 东方欲晓新里程碑 第七十四回 未来互联商业新城 第七十五回 高手支招内里乾坤 第七十六回 电商讲堂见招拆招 第七十七回 奇侠归档卷宗展望附录A 中国电子商务生态附录B 2012年电商市场动态盘点参考文献后记

<<电商的战国>>

章节摘录

第六回 风云游侠 艰难岁月 据了解，事实是，吕先生回国以后，并没有固定的工作，开始了在系统集成领域打零工的艰难岁月。

只要那里有什么项目投标，他就依托不同的公司参与。

投到了，就以“挂靠”的方式做几天，赚一点开发或者维护费收入。

根据网上查找，至少他说的“亚泰项目”，可能就是依托长春一家叫“一萌”的小公司运作的。

这个公司是一个学生创业的技术公司，注册资金只有10万元，而且看来运营得不大成功，创业者曾经发表过文章，提到亚泰项目“亏损”的事实。

总之，看来吕先生这些零敲碎打的收入并不富裕，所以有同事说他回国混了多年，没房没车。

在这个时间里，他碰见了同样已经失业的张研和刘梅生，据说也是他的同乡兼中学同学，经常一起合作出门“打标”。

王峻涛离开西单以后，吕春维他们找上了一心想在商业系统推广信息系统解决方案的西单电子商务部总经理林亚。

王峻涛曾经说过，当年他和西单合作，有一个很重要的原因，就是西单的信息化基础比较好。

林亚女士曾经供职的西单计算中心开发出了当时在北京商业系统十分领先的信息管理系统。

当时，吕、张、刘正计划向一个有商业背景的项目“打标”，就故伎重演，想和西单电子商务公司合作。

这个项目后来没了消息，可是，他们不知怎么得到了林亚的信任，在王峻涛离开西单大约2个月后，吕成为那里的副总裁。

当然，他们还是没有给急切需要业绩的西单电子商务公司带来任何收益，所以，几个月后，他们又离开了西单电子商务公司。

不过，这次他们带走了王峻涛为西单电子商务公司开发的ESHOP系统和在线支付平台，改名叫ESTORE系统和EPAYMENT系统。

记者不止一次听到当时的西单电子商务公司员工说，在他们离开、进入新8848的时候，林亚公开在公司内多次说：一定要告吕春维。

不过，无论如何，在碰上了长春一萌、西单电子商务公司之后，接下来他们带着这些东西，终于碰上了IDG。

当时，IDG正着急找一个说得过去的项目，填补他们手里的8848空壳。

此前不久，对IDG的8848运作彻底失去信心的其他股东和创业者们，刚刚和他彻底分道扬镳。

老8848的账上还有不少钱，股东们按照股份瓜分了它们，之后各奔前程，IDG也分到了大约300万美元——比它第一次对8848的天使投资，还多赚了100万美元。

就在这个时刻，吕通过在当当网的一个熟人认识了李国庆，为当时缺乏搜索技术的当当做了一个简单的搜索——要说简单也确实够简单的，这个搜索，是采用了“开源”技术，就是一些业余爱好者在网络上公开了源代码的技术。

李国庆无意把这些说给了他的股东IDG。

说者无意，听者有心，IDG立即约见了吕春维……依据吕后来在某门户网站的访谈，他“花了一个晚上”写成了商业计划书，然后在嘉里中心——IDG所在地的咖啡厅见了IDG的人。

然后，仅花了三个月的“开发”，“王者”就归来了。

匆忙“归来”的新8848把大量资源投入了炒作。

不过，和他们匆忙推出的平台一样，炒作也是漏洞百出，以于一位有名的IT评论家说，新8848是一个自己吹大的气球，一根头发就可以把它戳破。

这样的例子不胜枚举。

比如，新8848归来的时候，吕春维通过记者说，IDG注入新的资金；几天后又正式改口说，用原来老8848剩余的资金就够了，IDG没有新加投资。

那么这个“剩余资金”是多少？

新8848透过媒介说过上万万到数千万不等的数，吕春维甚至在一次访问中说过一个具体数：注册资金

<<电商的战国>>

是2900多万美元。

事实是，经过我们向北京工商部门的查核，新8848公司，即北京珠穆朗玛网络技术有限公司，2004年2月（即他们宣布“王者归来”之后）最后一次变更的注册资金仅为860万元人民币，公司股东仅4名，都是自然人，分别是：李建光（IDG合伙人）83.26%，吕春维8.79%，张研6.28%，刘梅生1.67%。

再如，吕春维在2004年中曾经公开对媒体说，新8848已经收支平衡；近一年后又对记者说，过去是每月砸一个宝马换一个奥迪，也就是说：亏大了。

可无论如何，综合以上信息，我们已经可以勾勒出一个大致的脉络：2003年年底到2004年初，老8848的股东们经过漫长的等待和扯皮，终于达成了一致：陆续退出。

老8848账上尚余的2000万美元左右，陆续按照各人的股权比例分割取走。

IDG作为老8848的股东，可以取走大约300万美金左右，同时实际控制了已经成为真空的8848无形资产，比如域名和商标。

没有实际业务支持，这些无形资产就是废物，所以，他们找到了吕春维“团队”，再次打算利用当时流行的“概念”（这次不是B2C也不是B2B了，是搜索+电子商务），打包脱手。

很可惜，新884.8这次的所谓业务，根本没有根基，除了炒作，完全没有任何有价值的收益，一年多的折腾，不仅没有让它成为有价值的投资对象，反而成为一个负面的典型，其他投资人唯恐避之不及。

寻求脱手和新的投资无望，自己赢利更没了指望，怎么办？

IDG故伎重演。

《IT时代周刊》问：你怎么看速达兼并新8848？王峻涛：请原谅，我不发表意见。

事实是，我根本就没认真看。

速达是个值得尊敬的公司，我仍然拥有的福建连邦，还一直是速达的好伙伴。

不过，我觉得，这个事情，和老8848曾经的兼并有很多相似，希望他们不会重蹈覆辙。

见证了8848风雨沉浮的王峻涛，总是点得很准。

几年前，老8848几乎演绎过一样的故事：大规模裁员（最后甚至裁掉了当时的CE（）谭智），经历了非常白热化的内部纷争，最后由大股东IDG做主强行并入了同样也是IDG投资的电商公司。

巧的是，当时的电商公司，也以ERT，为核心优势，他们兼并的理由也是“用户重合，优势互补”。

唯一的不同是，这一次的速达，是一家香港的上市公司，兼并以后，理论上IDG终于有机会“修成正果”——可以通过股票市场随时退出了，不过，速达目前的股票价格只能折合20美分，而且交易很不活跃，三个月的日均成交量只有可怜的2万多股。

在笔者截稿的最后一个交易日5月25日，虽然大陆媒介到处炒作关于速达收购新8848的话题，速达的投资者却毫不买账：这一天，它的成交量是：0股。

P19-21

<<电商的战国>>

后记

走进鲜花绽放的5月，在这春夏相交的好时光，终于迎来了《电商的战国》一书的付梓。品味着，感慨着，从书的腹稿到书稿成型，在梳理电商发展的这一路程中，个人感受颇多，在此也想冒昧地代读者表达看完此书的心情：或许是享受中国电商们充满“传奇”与创造“神话”的历程；或许是感受到巨大刺激与无比欣喜的历程；或许是心灵受到震撼与内心感叹不已的历程；或许是感受到知识扩充与见识增长的历程；或许是更深刻地理解中国电子商务企业家和创业者不懈努力与顽强拼搏的历程。

在网络发达的今天，互联网发展迅猛，各种基于互联网的应用层出不穷，电子商务以不可预知的极大魅力吸引着人们。

本书从1997年出发，对电子商务行业的发展进行了梳理，并重点分析了8848、阿里巴巴、当当、京东等典型电商企业的发展进程和重大决策，清晰地呈现了电商的过去、现在和未来，剖析了重塑商业体系和商业关系的本质和作用。

互联网经济是颠覆性的，诞生的电商业成长是飞速的，它以覆盖面广、无租金、成本小、省时间、传播速度快等优势迅速地被社会所认可，并且在现代产业中占据了一定地位。

它吸引了全社会的广泛关注，本书就是为关注这一领域的读者奉上的一份饕餮盛宴。

2012年无疑是中国电商领域值得纪念的一年，这一年中国电商界发生了很多标志性的事件。

有几个非常重要又非常有趣的数字，更加值得人们关注，1亿—100亿—1000亿—1000亿—10000亿，隐含在这几个数字背后的事情让人意想不到，又让人铭记于心。

“1亿”赌资。

在2012年CCTV经济年度人物颁奖盛典上，阿里巴巴董事会主席马云和万达董事长王健林等10人当选2012中国经济年度人物。

在颁奖晚会上，马云与王健林就“电商能否取代传统的店铺经营”展开辩论，双方还为10年后电商在中国零售市场份额能否过半设下1亿元赌局。

即10年后，到2020年，如果电商在中国零售市场，整个大零售市场份额占50%，王健林给马云1亿元，如果没到马云还王健林1亿元。

“100亿”预期单日交易额。

2012年11月11日的电商“双十一”活动，发生了中国互联网最大规模商业活动：淘宝系总销售额191亿，其中天猫132亿，淘宝59亿，远超此前预期的“100亿元”目标，且超过2012年美国“网购星期一”15亿美元的水平，再创神迹。

淘宝网当天迎来2.13亿独立访问用户，交易额同比增长267.3%，远高于2012年中秋、国庆“黄金周”期间全国百家大型零售企业零售额8.49%的同比增长。

“1000亿”的对话。

据说，马云曾经去找国美黄光裕，马云演讲并没有感动黄光裕，黄光裕回复马云道，等你经营达到了“1000亿”再来找我。

后来，马云真的实现了“1000亿”，自然不会去找黄光裕，马云后来只是说曾和黄光裕打赌看谁赚钱多……“1000亿”资金投入。

2013年的开始，1月19日，阿里巴巴在京宣布物流战略：集团领衔将“1000亿”资金投资建设为电子商务配套的现代物流体系，全力为各类商家、独立的B2C电子商务网站等提供高性价比、高服务水平、社会化物流服务，为消费者提供更好的服务体验。

“10000亿”两个网交易额。

2012年12月3日，阿里巴巴集团宣布，截至2012年11月30日，年度集团旗下淘宝和天猫交易额突破“10000亿元”。

其中三、四线及以下城市和地区消费增速超过60%，远高于一、二线城市不足40%的增长速度。

这些令人瞩目的数字，加上“得物流者得天下”成了众多电子商务公司的信条并正大举投资于物流领域，足以促使本人写一本关于中国电商发展的“志书”。

这十多年间，电子商务从一个概念到今天变成中国推动经济发展、实现结构转型的重要力量，并且对

<<电商的战国>>

传统商业产生了巨大的冲击。

更为重要的意义在于,由于创业门槛低,更多的人通过电子商务参与到社会经济的链条中来,其中有大学生、有白领、有打工妹、有退休人员、有家庭主妇、有农民。

新的活力还体现在新行业和新职业的诞生中。

电子商务无疑成为中国经济转型发展备受关注的“亮点”。

2013年1月,国务院总理温家宝在中南海主持召开座谈会,点名请来马云,听取其对《政府工作报告(征求意见稿)》的意见和建议。

本书对这十多年来,电子商务领域内的著名公司做了梳理和分析,在中国经济高速发展背景下还原了电子商务发展的历程。

电子商务尚属萌芽的新兴产业,改变着我们的生活,改变着商业的生态,促进着物流与供应链。

电子商务发展壮大得益于是全新的领域,没有国企威胁或打压,也没有政策掣肘,正值一个非常有利的时机。

当今,社会广泛关注和认同可持续发展能力的电商企业。

当我在构思本书时,就与业界人士交流了想法,得到了很多建议,这期间,得到了业内人士的诸多帮助。

在本书从腹稿到成型期间,《物流》杂志社魏祁蔚社长、廖永生主编、邵咪咪研究员提供了诸多帮助和支持并给予我很大的鼓励。

在本书的写作过程中,广东省经济与信息管理委员会生产服务处处长黄建明、副处长曾海燕给予了很多帮助和支持并给予我很大的鼓励。

在本书的写作过程中,我的一位好朋友,也是我尊重的一位学者,中国物流学会副会长、西安交通大学管理学院博士生导师、中国科学院研究生院管理学院兼职教授、中国物流电子商务领域的专家冯耕中教授给予我很大的鼓励。

本书得到了中国物流策划团队优秀成员日本海归物流工程博士李家齐副教授、物流工程博士(赴美国访问学者)秦进副教授、物流工程博士(赴德国进修博士后)易海燕副教授、物流工程博士(赴美国访问学者)杨京帅副教授、张远昌研究员、物流工程硕士许行及市场部经理李峻磊等给予的帮助和支持;感谢广州李芾巍物流策划机构赵春洁等给予的帮助和支持;感谢中国社会科学院财经战略研究院荆林波副院长和流通研究室孙开钊助理研究员给予的帮助和支持,没有他们的帮助和支持这项工作是难以完成的。

特别感谢中国物流与采购联合会、中国物流学会何黎明会长、贺登才副会长对本书给予的帮助与支持。

鸣谢中国物流与采购联合会、中国物流学会、中国物流学会研究室等对本书给予的帮助与支持。

鸣谢国务院参事室、中国物流策划研究院、中国物流策划专家委员会、中物策(北京)工程技术研究院、广东省物流与供应链协会、广州大学建筑设计研究院、广州大学工商管理学院、广州大学物流规划设计研究院、中物信(北京)工程技术研究院、广州大学物流与运输研究中心、广州大学物流类专业教学指导委员会、广州李芾巍物流策划机构和李芾巍物流之星奖助学基金等单位对本书给予的帮助与支持。

在本书写作过程中,参阅了十多年来媒体关于中国电子商务的相关报道。

有原作出处的,本书已经注明,并表示感谢。

由于传播的特性及特点,有些未有出处的,在此一并致谢。

由于本书涉及信息来源广泛,感谢所有参考资料的作者及其单位的支持与帮助。

若本书中标注遗漏,在此深表歉意,请有关人员与本人或本人所在单位联系,我们将通过其他媒介方式及时补救,谢谢。

感谢所有对本书给予帮助与支持的朋友们!朋友们关注电子商务未来发展,作者拟于在2013年年末2014年年初出版本书的第二部,欢迎有关单位和个人提供素材,在此先谢谢大家。

请对本人及团队多加关注。

网址:www.56cehua.cn;新浪微博-李芾巍;提供素材E-mail:liduwei56@163.com;交流咨询联系作者助理电话:010-58076783(北京);020-86237961(广州)。

<<电商的战国>>

编辑推荐

刘强东的京东商城，李国庆、俞渝夫妇的当当网，已为“海归派”的卓越亚马逊，陈年的凡客诚品，于刚、刘峻岭的1号店，红孩子、梦芭莎、唯品会、乐淘网、好乐买……战火正燎原，谁是真英雄？李芷巍所著的《电商的战国》讲述了电商们进入“战国”时代的始末，破解电商们的绝密战事。看谁能在电商的战国时代成为“强国”，而谁又能笑傲江湖，完成“江山一统”之大业……

<<电商的战国>>

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>