

# 《商性：互联网时代的商性觉醒》

## 图书基本信息

书名：《商性：互联网时代的商性觉醒》

13位ISBN编号：9787121278545

出版时间：2016-1

作者：庄帅

页数：256

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《商性：互联网时代的商性觉醒》

## 内容概要

《商性：互联网时代的商性觉醒》是一本有关商战的书，讲述了21世纪初广告业初次“遭遇”互联网、传统品牌商对于电商的尝试、受到电商初期冲击的早期O2O规划、独立B2C模式的探索及从0到1的发展过程、传统企业电商转型O2O的历程、微电商时代的兴起，以及人工智能与大数据的探索。同时，《商性：互联网时代的商性觉醒》也是一本有温度、有情感的书，是一本敢于把作者自己、经历的企业失败、遇到的“坑”一一展现的书，是一本传授实战方法技巧的书，是一本揭示人在商业社会中个性冲突的书，是一本讲述电商、互联网发展历程的书，是一本指导外企、国企、民企如何面对互联网带来的巨大变革的书……

# 《商性：互联网时代的商性觉醒》

## 作者简介

庄帅  
曾任沃尔玛（中国）总部市场部高级经理、走秀网营销中心负责人、北京东方家园电子商务公司总经理、王府井百货集团电商公司销售总监等职位，融资创办空间网（现更名为“康巢网”）及百读社，拥有丰富的电子商务（C2C、B2C、O2O）运营和管理实战经验、创业融资经验，同时也是知名互联网KOL，网易科技、百度百家、一点资讯、今日头条等网站专栏作者。现任北京百联咨询有限公司创始人兼CEO、百读社社长。

社会职务包括：中国电子商务协会高级专家、中国电子商务研究院高级研究员、中国移动研究院智囊团成员、北京大学汇丰商学院/上海交通大学海外学院/艾瑞商学院特聘讲师。

咨询驻场服务客户包括：居然之家电商公司、西安世纪金花电商公司（百货零售商）、天津美克置地（地产商转型社区O2O）、红星美凯龙购物中心项目、香港华宝国际集团旗下便利店O2O项目。

## 书籍目录

### 第1章 什么是商性 / 1

- 商性的起点和电商平台的发展 / 2
- 传统商业和电商基于人性本恶的基础发展 / 4
- 移动社交商业基于人性本善进化 / 6
- 企业组织遵循商性的变革 / 9
  - . . . 一、三种类型 / 10
  - . . . 二、四大控制 / 12

### 第2章 做品牌还是卖货 / 14

- 传统企业的品牌与代理之殇 / 15
- 网络卖货思维为何甚嚣尘上 / 19
- 电商渠道垄断形成，品牌商如何赚钱 / 24
- 渠道做自有品牌的底气与成败的关键 / 27
- 产品品牌建立独立B2C和APP的意义何在 / 30
  - . . . 一、品牌商做独立B2C的三大核心价值 / 30
  - . . . 二、轻视IT技术的传统零售业做电商，必死！ / 32
  - . . . 三、独立B2C的运营思路 / 37
  - . . . 四、凡客：从一个产品品牌到独立B2C的生与死 / 38
- 互联网+时代产品品牌和渠道的新型关系 / 50
- 品牌形成的心理定势 / 53
- 互联网+时代品牌的创新竞争 / 56
- 品牌基于人性的营销创新 / 61
  - . . . 一、什么是基于人性的营销 / 61
  - . . . 二、营销“道正才能术强” / 63
  - . . . 三、品牌的营销创新是基于价值的传递 / 66
  - . . . 四、品牌的营销创新要基于自身的定位 / 68

### 第3章 渠道和产品怎样变成平台 / 71

- 是什么制约和影响了传统制造业发展电子商务 / 72
- 传统企业的渠道和业态 / 76
  - . . . 一、什么是零售业态 / 76
  - . . . 二、中美两国传统零售业的发展历程和现状 / 81
  - . . . 三、传统企业为什么轻视电商企业 / 82
  - . . . 四、传统零售业的新“业态”——电子商务 / 83
- 传统企业的电子商务之路 / 87
- B2C如何从渠道进化为平台 / 92
  - . . . 一、B2C商城发展的“三层楼房” / 92
  - . . . 二、轻电子难商务 / 96
  - . . . 三、物联网概念下的B2C平台 / 99
- 国有企业能够借助互联网平台化吗 / 102
- 物流在平台中的角色 / 106
  - . . . 一、物流网络和供应链在平台中起到至关重要的作用 / 106
  - . . . 二、物流才是O2O的核心问题 / 108
  - . . . 三、外卖和社区O2O图谋移动支付和城市配送 / 110
- O2O哪些类型的渠道和产品将成为平台 / 113
  - . . . 一、纯电商企业的O2O / 117
  - . . . 二、社区O2O / 120
  - . . . 三、零售业O2O / 125
- O2O的大数据金矿应以什么姿势挖掘 / 129

## 第4章 自媒体变现、微商乱象、社会化电商 / 135

- 互联网时代新媒体的流量变现 / 136
  - . . . 一、自媒体的前世、今生和来世 / 136
  - . . . 二、电视媒体的互联网转型变现 / 143
- 微电商在移动互联网中的业态发展 / 147
  - . . . 一、微商乱象中新代理模式的诞生 / 147
  - . . . 二、淘宝与拍拍在移动端的竞争 / 149
- 社群电商能否规模化 / 152
  - . . . 一、“四位一体”的社群电商方法论 / 152
  - . . . 二、百读社“免费微学”社群案例 / 156
- 跨界而来的竞争 / 162
  - . . . 一、餐饮业 / 162
  - . . . 二、美业 / 166

## 第5章 硅谷游学之旅：人工智能、生物技术、在线教育 / 171

- 为什么是硅谷 / 172
  - . . . 一、没有规划的天然产物 / 172
  - . . . 二、只有高科技 / 172
  - . . . 三、没有小公司，只有缺乏伟大梦想的公司 / 173
  - . . . 四、教授和科学家都是实干家和梦想家 / 173
  - . . . 五、资本不是万恶的，是帮助有梦想的人更快地实现梦想 / 174
  - . . . 六、国际化和开放 / 174
- 奇点临近 / 175
  - . . . 一、人工智能和机器人 / 176
  - . . . 二、生物技术、纳米技术和数字制造 / 177
- 人工智能 / 178
- 新飞行时代 / 182
- 在线教育 / 185

## 庄帅出书记 / 188

- 第1回：众筹的是众创的过程，不是单纯在卖书（节选） / 189
- 第2回：一周众筹的那130个书友 / 191
- 第3回：参与出书的两个关键人和一群动物 / 195
  - . . . 一、那个等了我四年的编辑——牛勇 / 195
  - . . . 二、那个年三十前众筹10套书的土豪老乡 / 197
  - . . . 三、一群呆萌无限接近人类的动物 / 199

## 书友创业故事 / 203

- 创业就不是一件赶时髦的事儿（文/赵永寿） / 204
  - . . . 一、关于机遇与梦想 / 204
  - . . . 二、有关创业目标的那些事儿 / 207
  - . . . 三、关于创业中人的因素 / 214
- 一个创业者对于商性的理解（文/王可） / 222
  - . . . 创业者说：创业没有风口，只有入口！其他都是坑！ / 223
  - . . . 创业者说：仰望星空，美！然而并没有用 / 227
- 我认真，你随意（文/杨洋） / 230

## 书友推荐语 / 234

# 《商性：互联网时代的商性觉醒》

## 精彩短评

1、我们处在互联网时代，互联网+电商已近成熟，这本书有着很积极的意义。不错的。（空气能源也有互联网了）

# 《商性：互联网时代的商性觉醒》

## 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：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)