

<<QQ教父马化腾传奇>>

图书基本信息

书名：<<QQ教父马化腾传奇>>

13位ISBN编号：9787513603690

10位ISBN编号：7513603693

出版时间：2011-1

出版时间：中国经济

作者：吴昊

页数：249

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>

<<QQ教父马化腾传奇>>

内容概要

零距离接触与“五大巨头同时过招”的互联网络教父，聆听马化腾讲述腾讯的创业、成长史。企鹅帝国教父的激荡创业史与财富人生。QQ成功最大的原因应该是它上手容易，使用也容易。

<<QQ教父马化腾传奇>>

作者简介

吴昊

财经作家，资深QQ用户，亲眼见证腾讯QQ的创立、成长与成功。近年来，系统梳理QQ教父马化腾的创业与商道人生、战略与管理思想。

<<QQ教父马化腾传奇>>

书籍目录

第一章 QQ教父：网络界的“全民公敌” 企鹅帝国教父 全球第三：超越雅虎和eBay 网络界的“全民公敌” 专注：成就6亿用户 全业务：一站式在线生活服务第二章 创业前传：有目的地选择 “实用主义理念” 管理上的启蒙 有目的地选择 第三章 创业不是说着玩的事?独立创业，找到方向 QQ只是附属功能 喂不饱的“小企鹅” 最后悔的事：想卖掉OICQ第四章 资本市场：给老虎插上翅膀 第一轮融资：IDG与盈科数码 面对融资：负责、务实 煎熬：合作并不总是一帆风顺 融资原则：不控股、不插手经营 上市：给老虎插上翅膀第五章 正现金流：终于实现赢利 “注册收费风波” 移动梦网：成就正现金流 品牌授权：最省心的赢利渠道 虚拟商品增值服务第六章 风波不断：虚拟消费帝国的困扰 “域名风波” “Q币风波” “盗号”问题 “网络诈骗” “黑客攻击” “非法外挂” 延伸阅读：马化腾——中国网络安全面临的挑战及解决措施第七章 IM领域：改变从企业用户开始 MSN：进入中国 “互联互通”的陷阱 困扰：用户年轻化 改变：从企业用户开始第八章 门户战略：醉翁之意在广告 广告收入：下一个增长点 门户战略：多元化业务结构 将资讯直接推送给用户 “大门户+小门户”战略 “与娱乐挂钩模式”的天花板第九章 网游：最暴利的行业 网游：最暴利的行业 捆绑方式进入休闲游戏 代理与研发：两条腿走路 游戏产业已经是红海 延伸阅读：打造中国网络品牌的游戏第十章 拍拍网：与传统产业深度整合 在线生活战略的重要环节 沟通达成交易 “袭击”淘宝 “财付通”适时出击 互联网真正落地是与商务有关第十一章 SOSO：一个大的战略布局 搜索是一个大的战略布局 与谷歌合作进入 与垂直搜索联姻 “人工+搜索” 问问：搜索与IM的关联点 搜索：要走自己的路 搜索：醉翁之意在广告 “后谷歌时代”的混战第十二章 “成长的烦恼”：管?大调整 组织激活：提升团队执行力 薪酬激活：末位淘汰制度 吐故纳新：让优秀的人上来 双打配合：支持接班人去做第十三章 SNS领域：与原有平台相结合 SNS领域：“八仙过海” “社区服务+IM”的模式 SNS游戏：最大的收入贡献者 质疑：应用功能的生命周期第十四章 “微创新”才是王道 模仿：最稳妥的创新 “微创新”才是王道 创新系统化：金字塔形研发架构 创新需要长跑的理念和精神第十五章 “平台为王”：多元化发展 传统行业的2.0版本 “在线生活战略” “平台为王”的力量 即时通信：汇聚人气 成功在于打动人心 社区：聚集用户 金砖ICEC：多元化是趋势 要时刻做好准备附录1：马化腾个人简介附录2：马化腾精彩语录参考文献后记

<<QQ教父马化腾传奇>>

章节摘录

版权页：以相关多元化的方式入侵事实上，进入每个领域都不是一件容易的事情。

马化腾说：隔行如隔山，经验没有、技术没有、人才没有，刚开始都很艰难。

解决这个问题的方法是确定业务发展的优先级：先发展那些与当下业务联系最紧密的业务，后发展联系次紧密的业务。

这实际上就是一种相关多元化的策略。

2006年6月，马化腾在接受《南方都市报》采访时说道：我们做事情是分阶段的，不同时期重点不同，因为每一个业务都有不同周期和市场启动的时机，但你想要在3年内赢得新增的用户，必须有一定的积累，从我们过去经验看，两年的入门时间是必需的。

但一开始就大规模投入太浪费钱，不经济，也没有必要，我们做门户、游戏、做电子商务，开始都不是大张旗鼓。

如果大张旗鼓有时反而会坏事，你自己反而会被表象骗了，搞不清楚你是重视产品重视用户体验得到的增长、还是推广得到的增长。

而且你产品不够好的时候，花钱拉人过来看，给人留下坏印象得不偿失，下次你真正做好的时候，反而没人来了。

以我们C2C（拍拍网）为例，现在就是先依靠成本很低的平台自然滚动，投入绝大部分在产品和研发上、而不是推广上。

很多企业说，你们踩另外一行了，或者说用户群不吻合，我们知道得很清楚，对，我们现在就是这样，我们就是在学，在入门，我就不信过两三年之后，你还说我是外行，你原来是怎么学到的，我也一样学得到，那时候大家再过来拼实力。

马化腾表示：“我们从来没有认为在别人优胜的地方我们也很优胜。

我们更不认为现在的格局就是既定的了。

”

<<QQ教父马化腾传奇>>

媒体关注与评论

世界上做得最成功的IM是QQ。

——微软董事长比尔·盖茨在中国互联网界，有一个人跟陈天桥、马云、丁磊、张朝阳、李彦宏5个人同时过招。

他（马化腾）长相斯文，行止儒雅，却被叫做“全民公敌”，他掌管着中国市值最高的互联网公司。

——《中国企业家》马化腾练就了“吸星大法”——QQ从无线增值服务做起，将互联网世界里的每一例成功的商业模式都巧妙地与QQ结合，并创造出了惊人的成就。

——盛大CEO陈天桥马化腾在模仿间不经意打造了一个庞大的“QQ帝国”，为中国人创造了全新的沟通方式。

经过短短几年的发展，腾讯QQ的用户群已成为中国最大的互联网注册用户群，腾讯QQ在即时通信领域排名中国第一、世界第二，同时腾讯公司也从广告、移动QQ、QQ会员费等多种领域实现了赢利，创造了中国网络领域一个经典的神话。

——人民网

<<QQ教父马化腾传奇>>

编辑推荐

《QQ教父马化腾传奇》：钱不是白拿的，腾讯固执地坚持一个原则：不能控股，不能插手经营，就不能随便要人家的钱，要自己一步步想明白了，再慢慢自己滚大。当初成立公司的想法很简单，就是希望能亲手做一个软件，这个软件能得到别人的认可，能被广泛使用。

我想这也是大多数程序员出身的CEO在创业初期的想法，非常朴素。

想到了我们就去做了，没有风险投资，也没有吸引人的商业策划书。

创造理想的过程总是充满艰辛的，所幸的是，有了以风险投资为代表的专业投资群体，今天的创业者并不孤独。

与微软竞争，我们是特色优势。

与MSN相比，QQ的用户群定位更偏重于中国本地化、年龄较轻的用户，这类人群具有一个特点，愿意去结交一些陌生用户群体。

玩也是一种生产力。

抄可以理解成学习，是一种吸收，是一种取长补短的方法。

后发的风险最低，特别是当你有一些平台优势的时候，后发是最稳妥的方式。

从营收角度讲，目前市场规模最大的应属网络游戏。

广告收入未来一定是中国互联网的最大市场。

人一多，产品线一多，规范管理的压力落在我们这些创业者身上，确实很容易出现问题。

引用新的人才，给更合适的人以发展空间。

如果你还抱着很狭隘的思想，就是要霸着这个位，最后肯定公司倒霉。

我们每个人都在找接班人，都在进行双打的配合，包括我本人，都是双打的匹配。

这是为了避免最后一旦全部撤退，对公司影响太大。

Google也承认它不是第一个做搜索的公司，竞价排名也不是它发明的，关键看谁整合得好。

这个世界上没有一个公司有任何一个板块是完全独立自己创建的，都是别人或多或少都尝试过的。

模仿并不丢人，但模仿有两个基本的要诀。

第一是选择模仿的对象。

一定要选择已经证明成功的、有前景的好东西，同时要牢记模仿只是手段和工具，模仿的目的是创新。

第二是把握模仿的时机。

用户链是我们最有价值的东西。

我们固守对用户负责的原则，以不影响现有用户的使用为前提，每一次调整都应该为用户提供更多的选择机会。

<<QQ教父马化腾传奇>>

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>