

<<QQ帮主>>

图书基本信息

书名：<<QQ帮主>>

13位ISBN编号：9787802572515

10位ISBN编号：7802572517

出版时间：2010-12

出版时间：经济日报出版社

作者：刘世英，李良忠 著

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，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<QQ帮主>>

内容概要

本书是由刘世英和李良忠合著的《QQ帮主(马化腾其人)》。

《QQ帮主(马化腾其人)》以十二章的篇幅，介绍了企鹅帝国腾讯的掌门人马化腾的创业经历，并阐述了他的领导风格。

如果你正处于创业阶段，如果你想找个成功人士做为借鉴，那这本《QQ帮主(马化腾其人)》或许就能为你提供启示。

作者简介

马化腾，1971年出生在海南，后移居深圳后，1993年从深圳大学毕业后供职于润迅，1998年创办腾讯。

马化腾的QQ不仅创造了一种时尚网络文化，而且引领出了一种新的营利模式。

2000年6月，腾讯盈利。

2004年6月腾讯在香港上市。

2006年11月腾讯市值突破504亿美元，成为中国市值最高的互联网公司，并遥遥领先。

仅仅几年时间，马化腾就让QQ成了风靡全国的休闲文化符号。

马化腾正在构筑一个“大而全”的网络帝国，通信、娱乐、商用、搜索四大领域的“一站式”服务，必将使腾讯拥有更为广阔的市场。

马化腾，这个年仅39岁的年轻人继续缔造着一个风靡中国的“网络神话”。

经典语录让用户上网第一件事就是打开QQ，这是我的目标。

如果问我对什么事情后悔的话，那就是每当我员工分享QQ用户通过QQ认识并结婚而特地寄来的喜糖时，我就为自己当年因为缺钱想卖掉QQ而后悔！

请大家一定要把“用户第一”铭记心中。

保持创新，过去十年，中国互联网利用本土优势成功抵御了国际巨头的进攻，取得了全面胜利，但真正决定中国互联网生死存亡的是接下来的十年。

这十年中国企业不仅要和国际企业比拼服务，更要拼创新和核心技术能力。

书籍目录

总序 梦想年代刘东华 牛文文序 为什么中国互联网公司能够打败全球对手姜奇平序 QQ：由技术革命引发的一场文化革命

第一章 戎马倥偬：企鹅帝国掌门人马化腾 第一节 “QQ”帮主：马化腾
 1.6亿企鹅在“腾”飞 2.QQ：引领互联时代新潮流 第二节 最赚钱的互联网公司 第三节 Q币：通行天下 第四节 全民公敌马化腾 1.门户流量第一 2.国内第一大休闲游戏门户 3.中国最大的免费交易平台 4.“帝企鹅日记” 资料链接 马化腾：让我们一起感受“大回响，大影响”

第二章 马不停蹄：马家有Q初长成 第一节 腾讯：信息跳跃的一种方式 1.深圳大学：马化腾出道之地 2.股霸卡：软件工程师的实用主义 3.兼职也疯狂：超级网虫“马站长” 第二节 OICQ：国内首款IM软件 1.ICQ：无可奈何花落去 2.OICQ：从聊天中寻找商机 3.企鹅诞生记 4.宣传推广：BBS来帮忙 第三节 事出有因：OICQ变脸 1.一纸律师函：OICQ变QQ 2.防患于未然：QQ变脸 3.知识产权：吃一堑，长一智 资料链接 马化腾：即时通讯冲击波

第三章 骑马找马：“再说一次我爱你” 第一节 风险投资：风险宜长放眼量 1.嫁不出去的女儿讨人嫌 2.破釜沉舟：代价高昂的第一笔风投 第二节 香港上市：十二罗汉一夜成新贵 1.上市热香江：为下一轮厮杀做准备 2.网络新人成财富宠儿 3.盛宴背后：几家欢喜几家愁 第三节 冲击波：盛大收购新浪股票 1.毒丸计划——盛大“吞”新浪 2.莫名遭袭：成交额涨10倍 3.市场震荡：马化腾套现千万 4.神秘的回购计划 5.腾讯市值=新浪+搜狐+盛大+TOM 资料链接 马化腾：腾讯在“一横一竖”中构筑未来

第四章 马失前蹄：一招不慎满盘皆输 第一节 寡头QQ：我是老大我怕谁 1.突变：酝酿中的收费政策 2.讨Q檄文：强扭的瓜不甜 3.东施效颦：媒体口水战火热上演 第二节 狼烟四起：鸡蛋也能碰石头 1.分庭抗礼：门户觊觎即时通讯市场 2.蚍蜉撼大树：IM新锐朗玛UC 3.新浪“了了”：“了”了 4.螳臂当车：盛大也玩“圈圈” 5.王志东lava—lava：走第三条路 第三节 峰回路转：腾讯收复失地 1.得人心者得天下：全面取消收费政策 2.悬崖勒马：无线增值业务拓展，腾讯收复江山 资料链接 马化腾：清醒面对未来！

第五章 江湖恩怨：QQ遭遇微软MSN 第一节 登峰造极MSN：微软帝国的杰作 1.暗渡陈仓，曲线入市 2.姑息养奸：马化腾心慈手软铸大错 3.不宣而战：MSN落地中国 4.借力打力：MSN联盟九方，势不可挡 第二节 针锋相对：腾讯推TM收FOXMAIL 1.收复商务失地：QQ穿西装对阵MSN 2.收购Foxmail：堪比微软拿下Hotmail 3.贴身肉搏：E-mail账号登陆开通 4.主动还击：内容是道坎，深入合作也是道坎 第三节 两军对垒：剑起偏锋者胜 1.马化腾遭遇“逼宫”：MSN雅虎互联互通 2.突围“七年之痒”：马化腾挑起标准之争 3.“大门户”逻辑：腾讯低调换新标 4.华丽的冒险：腾讯挖角MSN 资料链接 马化腾：腾讯最大的竞争对手是MSN

第六章 网络游戏：一块甜美的蛋糕 第一节 QQ游戏：国内第一大休闲游戏门户 1.联众鲍岳桥：小游戏也能赚大钱 2.QQ游戏：长江后浪推前浪 3.金山也来凑热闹：好戏在后头 第二节 从盛大开始：没有终点的网游 1.网游市场春光无限，引无数“英雄”竞折腰 2.九城朱骏：从骑黄鱼车到开宾利 3.策马登途：丁磊“网易变网游” 4.一鸣惊人：史玉柱踏上网游“征途” 第三节 腾讯挥戈网络游戏 1.腾讯进军网游：盛大敬畏，九城欢迎 2.《凯旋》：三板斧打天下 3.原创支持：从QQ堂到QQ幻想 4.构筑游戏金字塔 资料链接 马化腾：农村包围城市

第七章 跑马圈地：腾讯进军门户网站 第一节 曲线救国 高价回购，COM 1.败了原告败被告 2.绝地一搏：海外收购QQ.COM域名 3.兵不血刃抱得“美人”归 第二节 挑战三大门户：小企鹅有大气魄 1.马化腾的大门户愿景 2.娱乐型网站测试版正式上线 3.嘘声一片：不被看好的腾讯门户 第三节 迷你腾讯：下一站门户 1.逐鹿中原：搭建网络生活平台 2.娱乐试水：紧急！服务器响应缓慢 3.腾讯mini首页：桌面门户发起者 第四节 决战江湖：门户乱世出英雄 1.TOM在线王雷雷：对门户网站倾慕已久 2.联想杨元庆：失意FM365.COM 3.雅虎中国：要找回“应有的位置” 4.腾讯马化腾：“我们会进入门户前三” 第五节 后来者居上：实力才能胜利 1.成王败寇：门户终结者马化腾 2.“桌面门户”时代：危险腾讯搅乱门户一池春水 3.门户2.0，新媒体之道 第六节 世界杯：腾讯不眠夜 1.抢占先机：角力世界杯报道 2.尾声入高潮：足球与音乐的激情狂欢 3.结束世界杯，盘点腾讯网 第七节 开辟门户第二战场：区域门户 1.寻找门户新蓝海 2.“圈地运动” 资料链接 马化腾：把用户价值最大化

第八章 二马过招：腾讯鏖战C2C 第一节 摩拳擦掌：拍拍网从沟通做起 1.重新定义C2C：沟通达成交易 2.买家在哪里，卖家就去哪里 3.何时收费，用户说了算 第二节

旗开得胜：拍拍网试运营一帆风顺 1.试运营：全员加班 2.“一封家书” 3.西湖论剑：最看好马化腾
4.胸有成竹：拍拍网正式运营 第三节 好看头：谁动了马云的奶酪 1.导火索：招财进宝事件 2.机不可失：腾讯推蚂蚁搬家，引卖家入驻拍拍 3.亡羊补牢：淘宝公投定夺 4.免费3年：拍拍网人气急升
5.口水战：“二马”过招，刀来剑往 资料链接 马化腾：亿万网民代表了新势力第九章 快马加鞭：腾讯加入搜索业务 第一节 搜索：网络第四桶金 1.搜索：多样的盈利模式 2.竞价排名：百度的八成收入 第二节 搜索时代 1.百度：李彦宏搜来9亿美元 2.雅虎搜搜：“9月开始，直到拿下百度”
3.Google：狼来了 4.不再“傍大款”：新浪爱问揭开面纱 5.搜狐搜狗：10万年薪寻“代言狗” 第三节 腾讯搜搜：搅局搜索市场 1.与Google有个约会 2.搜搜独立上线 3.体验：SOSO乐趣 4.敢走不同于别人的路 第四节 IT巨头上演搜索大战 1.搜索引擎市场：狼之争 2.三足鼎立。
群起纷争 3.2006年关键词：“成长”“竞争”“精细” 资料链接 腾讯总裁马化腾与百度CEO李彦宏对话实录第十章 树大招风：都是QQ惹的祸 第一节 当了原告当被告：中国即时通讯第一案 1.“垄断”与“反垄断” 2.“帝王原则” 第二节 屋漏偏遭连夜雨：腾讯涉嫌赌博 1.赌注品的现实化 2.无本万利的生意 第三节 腾讯与淘宝：从口水相交到“兵戎”相见 第四节 枪打出头鸟：Q币冲击人民币 1.Q币是“商品”还是“货币” 2.企鹅变秃鹫 资料链接 马化腾：为互联网和用户的健康发展尽义务第十一章 成功的背后：何去何从话腾讯， 第一节 退居幕后：马化腾出让总裁职务 1.马化腾如是说：辞职为“减压” 2.追根溯源：腾讯换新标 第二节 公说公有理：“降薪裁员”风波 1.天涯社区：一篇帖子引发的骚乱 2.始作俑者：MSN大挖腾讯墙脚 3.危机化解：大白真相于天下 4.在一个好玩的地方实现梦想 第三节 难题：收入拐点与华为模式 1.艰难的收入曲线拐点 2.若有若无的华为模式 资料链接 马化腾：整合商业模式、共创在线生活第十二章 “第五级领导” 第一节 沉静型领导 1.马化腾的“三问”哲学 2.专注做自己擅长的事情 3.知人善用，各展所长 4.谋定而后动 第二节 性情马化腾 1.“首席体验官” 2.低调马化腾 3.QQ的最大受益者 4.好K歌的马化腾 5.不跟潮流的马化腾 6.爱心马化腾 资料链接 马化腾：牢牢}巴握用户基本需求附录 腾讯简史 2001年及以前—— 2002年—— 2003年—— 2004年—— 2005年—— 2006年—— 腾讯企业文化 愿景：最受尊敬的互联网企业 使命：通过互联网服务提升人类生活品质 价值观：正直，尽责，合作，创新 企业精神：锐意进取，追求卓越 经营理念：一切以用户价值为依归 管理理念：关心员工成长、强化执行能力、追求高效和谐、平衡激励约束后记

章节摘录

版权页：在这个追求注册用户数的互联网新时代，赢得了人气就赢得了一切。

君不见现在为提高注册数量所应运而生的网络新职业，君不见目前肆意烧钱、注册送礼的娱乐大手笔。

所有的一切只为了一个目标，而这个目标则可以实现一切。

在腾讯拍拍的成立理念中，中国目前是个买方的市场，不存在商品短缺的现象，选择权属于买方，因此，“买家在哪里，卖家就去哪里”。

马化腾认为，腾讯极其可观的注册用户数，在某种程度上与网上购物的用户群十分重合。

尽管这部分群体从收入来看，并非收入最高的那部分隐形用户，但却是最愿意尝试新事物的具有巨大市场潜力的群体，这是腾讯的一大优势。

不过，虽然网上购物的用户与QQ注册用户高度重合，但这部分人“现在最多也就1000多万”，这一数字，与QQ的4亿多注册用户、1.7亿活跃用户相比，还少得多。

所以，在马化腾看来，目前中国电子商务还处于很初期的一个市场培育阶段，远没有成熟。

因此，现在进入这个市场正是时候。

在承认比竞争对手们晚进一步这一事实的同时，马化腾依旧信心十足，他并不以为这意味着长期的落后。

“现在的C2c市场，还只是处于开始的阶段，领先也只是暂时的，关键是要把市场做大，让更多的用户加入进来。

”而对于处于试营业阶段的拍拍网，马化腾指出，主要目标是从用户的角度出发，改善用户体验，并且有效地降低电子商务的门槛。

中国电子商务的瓶颈，无疑就在于如何在保证安全、诚信的前提下，让更多的用户参与和体验。

这在素有电子商务教父之称的马云的思维中早已成为一条颠覆不破的终极真理：“对于新用户来说，第一次体验非常重要，直接关系到他们对这个网站的信任与好感度。

”而马化腾“C2C是服务业，用户的口碑和体验最为关键，只有努力做好这件事后，我们才会大规模推广”。

正是基于这些深思熟虑，腾讯拍拍又以它惯用的方式，冷不防出现在人们面前。

媒体关注与评论

引领了国人网上娱乐潮流，创商业网站最高在线人数纪录。

——春兰（集团）公司董事局主席兼首席执行官居陶建幸让QQ成为中国人休闲的代名词，体现走向富裕的中国新经济的发展之梦。

——杭州娃哈哈集团公司董事长兼总经理宗庆后以一人之力，发明一个玩意，创造一个行当，撑起一个产业。

——中国社会科学院信息化研究中心秘书长、《互联网周刊》名誉主编姜奇平马化腾改变了我们很多人的生活方式，很多人认为QQ纯粹是个简单的交流或者沟通方式这种方式的改变实际上改变了人的生活方式。

——天相投资公司董事长林义相

编辑推荐

《QQ帮主:马化腾其人》：在中国，互联网有一个创造奇迹的天才，但这个天才常常低调行事在中国，很少有人不知道那个可爱的小企鹅，让上亿用户联系在一起但很多人不知道QQ帝国的掌门人就是马化腾

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>