

<<行天下>>

图书基本信息

书名：<<行天下>>

13位ISBN编号：9787807309567

10位ISBN编号：7807309563

出版时间：2009-12

出版时间：学林

作者：应长天//周密

页数：275

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

10年，到底意味着什么？

10年，可以是庄子《逍遥游》里“朝菌”的三千多个轮回，“螻蛄”的十个生死；10年，可以是梅花的几度凋谢，也可以是等待昙花一次最美丽的绽放；10年，在世人眼中是从懵懂孩童到翩翩少年，是从青涩到成熟的蜕变；10年，也可以是从梦想到实现的百转千回，也可以是辉煌与失败之间的跌宕起伏；10年，还可以是“南柯一梦”的恍惚隔世，是“庄生梦蝶”般的“欲辩已忘言”。

10年之前，4个年轻人组成了一个“梦幻”团队，带领一批热血青年，抒写了一个故事的开端。10年之前，从上海天文大厦开始，携程在创造中国旅游服务业的一个个传奇。

10年之间，日益壮大的携程团队仍然在继续着这样的传奇，在他们的努力下，一个又一个纪录，一个又一个奇迹，在不经意间，被一一实现，又被自己一一打破。当携程的市场份额超过其他竞争对手的总和，当携程模式为竞争对手不断复制，当携程理念成为行业标杆——携程，可以为任何对手所模仿，却难以被任何对手所超越。

10年之后，站在位于上海市长宁区凌空经济园区的携程网络技术大楼前，人声鼎沸，人潮川流不息。

从十年前寥寥数人的旅游资讯提供商，到现在成为亚洲旅游行业最大的呼叫中心，携程每天都在为十多万人提供机票、酒店、度假、商旅预订服务。

内容概要

《行天下：携程十年(1999年 - 2009年)》第一次全面、真实地展示了携程旅行网十年发展的历程，揭示了携程取得成功的内外部原因，以及其独特的运作模式。从充满挑战和博弈的资本运作到几次决定命运的收购兼并，从充满想象力的企业管理规划到完全创新的服务理念，携程在历经数次曲折之后，用一系列具有中国特色的创新，实现了中国在线旅游的全面提升，并成为中国旅游电子商务发展的一个重要标杆。

书籍目录

序前言 携程十年，改变中国旅游的十年 第一编 横空出世（1999—2002年） 第一章 草创（1991年） 激情年代为什么是旅游团队确立做旅游门户 第一轮融资和网站上线 携程人忆往昔（一）“携程”LOGO的诞生和演变 江浩 携程人忆往昔（二）我和中国最大的旅游资讯网站 杨涛 第二章 崭露（2000年） 沸腾的年代 第二轮融资 突如其来的寒冬 并购现代运通 携程模式 网站服务提升 第三轮融资 携程人忆往昔（一）众里寻他千百度——昔日现代运通的“寻爱”之旅 携程人忆往昔（二）忆携程收购现代运通的小插曲 第三章 突破（2001年） 加入WTO，机遇与挑战 并存 呼叫中心再次发力 管理提升“小米+步枪+原子弹” 从线上到线下 携程人忆往昔（一）我与携程二三事 唐效锋 携程人忆往昔（二）携程网络市场部那些事 第四章 奠定（2002年） 西湖论剑 收购海岸与异地出票 度假“牛刀小试” 技术和创新带来业绩高速增长 投资建立经济型连锁酒店——如家 踌躇满志 携程人忆往昔（一）超越 携程人忆往昔（二）携程往事看媒体说：软银神秘注资“携程”，旅游网京城争霸——摘自《中华工商时报》 携程出言轻松：在中国做电子商务并不难——摘自《中国经营报》 携程：从互联网到“互联网+传统业”——摘自《经济观察报》 第二编 厚积薄发（2003-2005年） 第一章 百炼（2003年） 从大悲到大喜 携程的“严冬柳暗花明” 蓄势待发“有预谋”的上市之路 纳斯达克神话 携程人忆往昔（一）携程的“非典战役” 携程人忆往昔（二）坚持和耐得住寂寞 第二章 纵横（2001年） 春风得意 定位“自由行” 整合翠明国旅 品质至上 机票业务大发展 携程联名信用卡 渠道延伸 携程5岁了 携程人忆往昔（一）携程七年有感 携程人忆往昔（二）与梦想一起成长——市场合作8年 成长道路回顾 第三章 绽放（2005年） 盛世和携程 换标 度假业务大发展 “小蜜蜂”事件和产品升级 技术优势成就领先竞争力 沈南鹏重返老本行 找到合适的CFO 自然灾害保障基金累累 硕果 携程人忆往昔（一）NASDAQ的开市仪式 携程人忆往昔（二）我和携程的缘分 看媒体说：携程网重归纳斯达克之旅——摘自《财经》 携程网上市五大悬念——摘自《北京青年报》 携程的第二次“落地”——摘自《IT经理世界》 第三编 中流击水（2006-2007年） 第一章 闪耀（2006年） 继往开来 范敏出任CEO 六西格玛在携程 携程助力电子机票的推广 商旅通四海“阳光”助学 全面开花 携程人忆往昔（一）携程华南区大事记 携程人忆往昔（二）1999-2009 岁月如歌——共携同庆 华西区回顾 第二章 飞跃（2007年） 从制造到服务 当发卡遭遇“审美疲劳”…… 第四篇 再上层楼（2008-2009年） 尾声 十年携程的光荣与梦想 附录一 携程大事记 附录二 携程荣誉 附录三 携程会员祝福 附录四 图表后记

章节摘录

因此在携程旅行网诞生的初期，与大多数旅游网站并无本质差别，可以预料，如果沿着旅游资讯的这条道路走下去，当时相对处于弱勢的携程，结局可能只有两个：要么被门户网站收购，要么在网络寒冬中死去。

现任机票业务部总监的邵季红回忆，与忙碌的工作相比，她感受更为强烈的是无形的压力。她当时负责业务推广，当拿着笔记本电脑向旅行社老总等演示携程网站时，得到的往往是他们困惑的眼神，这多少让邵季红受到了一丝挫折感。

1999年，携程团队也曾想做网上旅行社，目的是省掉导游这一步。于是，在1999年底，携程的业务人员策划推出了“龙华晚钟迎千禧”的活动，为网友提供了预订敲响上海龙华寺千禧年晚钟的项目。

只不过，这次尝试的响应者寥寥无几。

季琦非常深刻地记得那一年的新年前夕，携程的不少员工都出动了，寒风中伫立在龙华寺门口，干着兜售票子的活，临了还被当成倒买倒卖的票贩子给抓着盘问。

这个小插曲也是携程管理团队在推出了机票、酒店预订服务的同时，做出的一次尝试，只不过这个尝试完全以失败告终。

1999年11月4日，晚上已经8点多了，还在工作的携程员工接到一张网上酒店订单。面对这张订单，携程的员工几乎不相信是真的，甚至不少人以为这不过是一张测试订单。在与客人反复确认之后才认识到这真的是携程的第一张酒店订单。

携程员工们顷刻间欢欣鼓舞，或许，这种欣喜超越了日后携程订单数量不断刷新的快乐。

尽管，当时的网站依然将资讯和目的地指南作为最主要的内容，而且机票和酒店资源也并不那么丰富，但是，携程的这一次试金，却为以后的成功奠定了坚实的基础。

媒体关注与评论

可以说，携程旅行网不仅成为了上海旅游服务品牌的典范，更为中国旅游业发展提供了一种全新的可持续发展的先进模式。

——上海市旅游局局长 道书明 1999到2009年是中国经济高速发展的十年，是中国互联网沸腾的十年，携程十年代表了在线旅行服务业崛起的十年。十年，携程走完了从无到有的过程，如今，携程开始了他的第二程，希望他有朝一日成为世界领先的旅游企业。

——阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官 马云 这是一个高科技和传统产业结合的极佳典范，不仅在存活率不到1%的网络公司中成为盈利规模超前、稳定性最好的互联网创业公司之一，还在短短的几年时间内逼近了传统公司几十年的发展规模。尤其是在2000年互联网泡沫破裂哀鸿遍野的时候，携程依然独自坚持，在2003年成功登陆纳斯达克，成为持续保持盈利不断给股东惊喜的“中国概念股”企业。

——复星集团董事长 郭广昌

编辑推荐

十载历程，首度揭示携程成功奥秘，完美团队，打造在线旅游不朽传奇。

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>