

《商业模式参谋：实战.策略.案例》

书籍信息

版次：5

页数：

字数：

印刷时间：2013年03月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787121194627

编辑推荐

企业生存，有着一些必然要素：资本、品牌、人力、产品、市场、商业模式、技术、贸易等，但决定企业成败的因素中，首推商业模式。商业模式是一个企业创造价值的核心逻辑。

刘世忠等编著的《商业模式参谋(实战策略案例)》着眼于如何构建企业的整个商业模式，帮助读者了解设定商业模式的每个构成要素，诸如客户选择、价值获取、关键资源、关键流程和盈利模式等。*重要的是，分析了许多成功企业（包括传统企业和现代企业）的商业模式，总结出许多商业模式的类型，希望对读者提供切实的指导：确定正确的商业模式，少走弯路。

内容简介

企业生存，有着一些必然要素：资本、品牌、人力、产品、市场、商业模式、技术、贸易等，但决定企业成败的因素中，首推商业模式。商业模式是一个企业创造价值的核心逻辑。本书着眼于如何构建企业的整个商业模式，帮助读者了解设定商业模式的每个构成要素，诸如客户选择、价值获取、关键资源、关键流程和盈利模式等。最重要的是，分析了许多成功企业（包括传统企业和现代企业）的商业模式，总结出许多商业模式的类型，希望对读者提供切实的指导：确定正确的商业模式，少走弯路。

目录

第1章 商业模式创新

从《中国好声音》的创新谈起

商业模式创新途径

商业模式配套

商业模式的“钩”和“饵”

第2章 商业模式的起点

商业模式的定位

洞悉客户价值主张

第3章 商业模式的构建（上篇）

设计销售模式

选择分销渠道

设计赢利模式

从《中国好声音》的创新谈起

商业模式配套

商业模式的定位

设计销售模式

设计赢利模式

第4章 商业模式的构建（下篇）

设计关键流程

第5章 成功商业模式的类型

运营商业模式

品牌商业模式

后记

[显示全部信息](#)

前言

前言在2012年福布斯全球富豪榜上，腾讯董事会主席马化腾名列第223位，身价47亿美元，在中国内地富豪榜名列第8位，在中国内地科技富豪榜名列第2位。从榜单上来看，马

化腾的腾讯公司是一家非常成功的公司。把时间向前推十几年，再来看看马化腾和他的腾讯公司的状况：20世纪90年代初，马化腾研究生毕业后，和同学合伙创立腾讯公司。为了方便员工在办公室内及时沟通，马化腾编写了软件OICQ，即QQ的前身。其实，QQ并不算是马化腾的发明。因为当时已经有了同类软件ICQ，QQ仅仅是ICQ的模仿，是ICQ的汉语版，就如同外文书的中文版一样。但QQ当时的运营手法和ICQ有很大差别。马化腾当时把QQ放到互联网上，供大家免费下载。他的这一做法颠覆了当时传统的互联网聊天模式。因为90年代末，聊天以多人聊天的形式出现，自从有了QQ后，聊天就可以以两人互聊的形式出现。再加上免费，QQ很快就在中国得到普及。但消费者的喜爱，并没有给马化腾带来经济上的实惠，毕竟网友聊天是不给腾讯公司钱的。没有经济收入，腾讯公司入不敷出。迫于生计马化腾想把QQ用户和QQ软件打包卖给电信公司，可电信公司当时对此不屑一顾。到了2012年，马化腾身家已经达到47亿美元，腾讯公司市值400亿美元。是什么原因使连生存都难以维持的公司最后竟然变成了中国最成功的互联网科技公司之一？我们再把时间向前推100年，在20世纪初期，每辆汽车的价格一般是1600美元，而当时一般工人家庭的年收入才800美元左右，很明显汽车是有钱人的奢侈品。1908年，福特汽车公司推出简易型“T型”汽车，定价850美元，目标是让千千万万个普通美国人都能买得起汽车。这么低的价格，的确让福特汽车的销量大增。但是，其价格还是高于一般家庭的年收入。靠现金购买只能把市场扩大到一定的规模，再往后就遇到了瓶颈。1916年，一个名叫EdwardFlumeb的财务顾问向福特汽车公司创始人亨利福特递交了一份很长的报告，建议福特汽车公司办一家汽车按揭贷款公司，专门为其汽车经销商和顾客提供低息贷款，以此提升市场份额。这一做法在现在很普遍，但在当时，还没有类似的做法。EdwardFlumeb说：“或许是由于人的本性，更多人愿意先买车、后分期付款，而不愿意等到有足够多现金时，才一次付清买车。”福特回答：“我们的车非付现金不卖！”当时，通用汽车的价格是福特汽车的2倍左右，也就是1600多美元。结果如何？1921年，福特汽车公司是美国汽车行业的老大，其汽车市场份额为56%。可是，到了1926年，它的龙头地位就被通用汽车公司取代。这中间发生了什么事情，让技术、成本、管理领先的福特汽车公司从第一的宝座上掉了下来呢？答案是商业模式。企业生存，有着一些必然要素：资本、品牌、人力、产品、市场、商业模式、技术、贸易等。但决定企业成败的因素中，首推商业模式。《科学投资》杂志调查显示：在失败的企业中，因为战略原因而失败的有23%，因为执行原因而失败的有28%，但因为没有找到有效的商业模式而走上绝路的却高达49%。因此，不管是刚创业的小公司，还是做了百年的老企业，有了产品后的第一步，也是最重要的一步就是设定企业的商业模式。如果商业模式设定失误，任凭企业资金多么雄厚、资源多么丰富，也只不过是白费力气。本书着眼于如何构建企业的整个商业模式及运营机制，如何打造企业的“印钞机”，使读者详细了解商业模式的每个构成要素，如客户选择、价值获取、销售模式、分销渠道、赢利模式、关键资源能力和关键流程等。同时，本书还分析了部分成功企业的商业模式，总结出一些成功的商业模式类型，以供读者借鉴参考。书中运用了大量鲜活案例来论述如何设定商业模式。案例涉及的企业既有传统型企业苏宁、蒙牛和美特斯邦威，也有现代型企业世纪佳缘、凡客诚品；既有国内不知名的小企业小阿福乐园、许愿吧，也有国内知名企业阿里巴巴、腾讯QQ、中国移动；有不为人知的企业ARM、宜宾天元化工，也有大名鼎鼎的企业苹果、谷歌、英特尔和迪士尼等。这些商业案例所包含的智慧可以帮助企业少走弯路。

[显示全部信息](#)

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)