

<<商业模式的力量>>

图书基本信息

书名：<<商业模式的力量>>

13位ISBN编号：9787111313359

10位ISBN编号：7111313356

出版时间：2010-7

出版时间：机械工业出版社

作者：彭志强

页数：180

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>

<<商业模式的力量>>

前言

全球金融危机呼啸而来，深刻地影响了全球政治经济格局，也深刻地影响着中国经济的走势和格局。

中国改革开放已迎来30周年的新关口，过去30年中国企业所取得的成就几乎完全依赖于“低成本模式”，而今天，除了技术进步所带来的成本下降以外，中国已经进入到劳动力、汇率、土地、环境保护、知识产权保护等成本全面上升的时代，中国企业的转型升级、中国地方经济的转型升级、中国经济的转型升级，都已经迫在眉睫，箭在弦上！

路在何方？

无疑，中国企业正在面临一个发展的关键时期，成则达济天下，败则满盘皆输！

而其中之核心关键就在能否进行商业模式创新。

著名管理学大师彼得·德鲁克说过：“21世纪企业之间的竞争，已经不是产品与价格之间的竞争。

甚至不是服务之间的竞争。

而是“商业模式”之间的竞争！

“商业模式是任何一家企业经营的“原点”。

没有好的商业模式。

技术再好、产品再好、品牌再好、资产再大也没有前途！

毫不夸张地说，没有好的商业模式。

企业就没有前途！

如果企业经营的“原点”不能突破与创新。

企业腾飞只能是痴人说梦。

商业模式远远大于并包容了“盈利模式”，商业模式是“企业战略的战略”，创新了商业模式，企业就能获得10倍的利润，获得10年的持续发展，更能对接风险投资与登陆资本市场。

得商业模式者得天下！

<<商业模式的力量>>

内容概要

本书通过分解、阐述商业模式的作用、商业模式创新、商业模式六式，对商业模式创新进行了全面介绍。

本书的特色在于紧密结合大量的商业模式创新实践，详细剖析成功企业的独特思路和极具创造性的切入点，这对广大的企业管理者、经理人具有很好的启发意义。

全球金融危机深刻地影响了全球经济格局，也深刻地影响着中国企业尤其是民营企业的发展，中国经济、中国企业的转型升级迫在眉睫，而商业模式创新则是中国经济、中国企业进一步发展的关键。

世界管理学大师彼得·德鲁克说过：“21世纪企业间的竞争已经不是产品与价格之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。

”中国企业的低成本时代已经彻底终结，中国企业“转型升级”迫在眉睫。

众多制造业、外贸企业转战国内市场。

广大中小企业经理人都迫切期待掌握商业模式创新的秘密；风险投资最为关注“团队+商业模式”，伴随着VC风险投资在中国的火热，商业模式日益受到关注。

创业板的推出更使商业模式大受追捧！

毫无疑问，商业模式将成为未来5年中国企业界经理人和创业者最热门的话题！

升级版在第1版的基础上进一步优化并详细拆解了商业模式的六式，通过独创性的商业模式六式的结构化工具。

详细解析商业模式的内涵及实施途径。

书中列举了大量国内外的经典案例，深度挖掘各类商业模式的亮点。

洞悉纷繁想象之后企业成功的核心秘诀。

为管理者、创业者等提供商业模式创新与设计的可实施路径与方法。

以帮助企业将全球与中国优秀商业模式借鉴、转化、应用于企业实践之中，提升创新与突破自己企业商业模式的能力！

<<商业模式的力量>>

作者简介

彭志强，盛景网联培训咨询集团董事长兼首席执行官，盛景商业研究院院长，华创盛景投资创始合伙人，知名上市公司清华紫光原副总裁。
全程共同负责清华紫光股票上市工作，精通融资并购上市等资本经营战略与商业模式创新，中国管理培训界“资本运营+商业模式”实战培训咨询第一人

<<商业模式的力量>>

书籍目录

前言盛景商业研究院专家团队第1章 商业模式的力量 中国企业的唯一出路：“商业模式创新” 商业模式三大经典案例第2章 商业模式创新 商业模式创新的关键：突破与推翻“假设与前提” 商业模式创新的路径第3章 杀手级隐性核心需求 精准的目标客户定位 杀手级(隐性)核心需求 民营企业如何战胜世界级巨人：霸王洗发液与王老吉凉茶第4章 盈利倍增 盈利产品的重组与改变 盈利环节的重组与改变 盈利方式的转变：利润倍增阶梯 案例分析：到底什么才是真正的麦当劳 盈利属性的再思考第5章 革命性降低成本 “挥刀自宫”：重要成本彻底消除 众包模式：Web 2.0生产方式 2008年风投第一大悲剧：ITAT服装连锁第6章 自我可复制性 突破资金瓶颈 标准化突破人的瓶颈 最高难度的标准化：携程网“鼠标+水泥”为何能够成功第7章 控制力与定价权 高竞争门槛 商业模式的博弈：控制与反控制 孟山都公司为什么很可怕，因为它有控制力第8章 系统性价值链 系统性价值 价值链系统再造 苏宁、国美如何成就霸业?路在何方第9章 商业模式与资本运作 民营企业百年一遇的资本机遇 商业模式与资本运营互为因果紧密关联 商业模式的资本价值第10章 商业模式就在你身边 演艺明星们的启示 孩之宝与迪士尼的启示 代理商也可以有商业模式吗后记

<<商业模式的力量>>

章节摘录

淘米公司最原始的只创造三个东西：创意、故事、卡通形象，有了这三个东西，就可以通过各种方式来演绎它，动画、电影、话剧、漫画，当然也包括线上游戏，都可以演绎。

在商业视野上，汪海兵试图超越互联网。

淘米网试图以“快乐”为内核，以互联网为路径，向儿童文化娱乐渗透，其终极目标是网络迪士尼。

之前在迪士尼中国公司工作过的高管朱承华认为，他在迪士尼学到很重要的一点是就是明白了“快乐是每个人最根本的需求，特别是对于孩子，但在中国国内很少有专注做儿童娱乐品牌的公司，更多的是儿童教育方面的公司。

成人玩游戏追求的是刺激性，而孩子对于快乐的诉求是轻量级、快节奏的，他很容易觉得这个很好玩，但很快就会失去兴趣。

汪海兵说，“所以我们才会选择每周都更新故事，不断有新剧情出现。

这种周四到周五例行的版本更新已经持续近2年，从摩尔庄园注册用户数不足百人，到突破5000万，从未改变。

中国的互联网用户具有明显的低龄化特征，网民中的青少年比例极高。

CNNIC报告显示，到2009年6月30日，中国3.38亿网民中有33%是10~19岁的青少年。

但长期以来几乎没有专门针对儿童的网络服务，有超过1亿的青少年面对的是一个针对成人设计的网络世界。

这自然会产生社会问题，而淘米网则认为这更是巨大的商业机会。

但儿童上网是个敏感的社会问题。

中国的妈妈怎么会让自己的孩子上网呢？

网上乱七八糟什么东西都有，怎么能让孩子去看呢？

韩国小学生的上网比率是98%，4岁小孩上网的比率是80%，为什么中国的孩子不能上网？

现在的孩子拿鼠标的的时间甚至要早于拿铅笔的时间。

淘米网创始人汪海兵相信，中国的儿童上网趋势不可避免，在做摩尔庄园之前，中国的孩子在互联网所能得到的绿色健康的服务可以说没有，唯一存在的是小游戏，玩单机版的小游戏。

摩尔庄园为什么从根本上得到孩子们的欢迎？

实际上是因为它颠覆了中国儿童通过互联网获取健康快乐的方式。

<<商业模式的力量>>

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>