

<<移动互联网商业模式创新与变革>>

图书基本信息

书名：<<移动互联网商业模式创新与变革>>

13位ISBN编号：9787115316042

10位ISBN编号：711531604X

出版时间：2013-6-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：胡世良

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>

<<移动互联网商业模式创新与变革>>

内容概要

《移动互联网商业模式创新与变革》结合移动互联网大量案例，系统地总结了移动互联网九大商业模式，即平台模式、免费模式、软硬一体化模式、专业化模式、O2O模式、品牌模式、双模模式、核心产品模式和速度模式，并深入揭示了移动互联网商业模式成功的关键要素、商业模式的常见误区、商业模式创新的原则和方法，对移动互联网商业模式进行了系统的阐述，能够帮助那些进入移动互联网的企业以及创业者走向成功。

《移动互联网商业模式创新与变革》可供电信行业、互联网行业、终端厂商的企业管理者、产品开发人员、营销人员、技术人员、进入移动互联网行业的创业者以及对移动互联网商业模式有着浓厚兴趣的相关人士参考阅读。

<<移动互联网商业模式创新与变革>>

作者简介

胡世良，男，毕业于上海财经大学，经济学硕士，现就职于中国电信上海研究院，总工助理，长期从事电信市场经营分析、商业模式研究、战略研究等工作，现从事电信产品开发相关工作，具有近20年的电信行业从业经验。

迄今在《通信企业管理》、《中国电信业》、《邮电经济》、《人民邮电》报等报刊杂志发表数百篇论文，著有《赢在创新：产品创新新思路》、《移动互联网：赢在下一个十年的起点》等著作。

书籍目录

第1章移动互联网市场环境分析1 1.1移动互联网的革命浪潮2 1.2移动互联网成为创业投资热土5 1.3移动互联网发展规律8 1.3.1两家法则，强者恒强9 1.3.2移动互联网与客户之间“零距离”11 1.3.3移动互联网进入碎片化时代12 1.3.4专注——移动互联网成功的基石13 1.3.5移动互联网崇尚创新精神15 1.4移动互联网发展趋势17 第2章移动互联网商业模式的认识23 2.1移动互联网商业模式的内涵24 2.2移动互联网商业模式主要特征27 2.3移动互联网商业模式成功的判断标准29 2.4技术创新+商业模式创新威力更大33 第3章移动互联网商业模式关键要素37 3.1战略定位38 3.1.1把握企业内外部环境的变化39 3.1.2战略定位要把握一个合适的度40 3.2价值定位和需求创新42 3.2.1准确的目标市场定位43 3.2.2把握客户核心需求44 3.3提供最好的产品49 3.3.1什么是最好的产品49 3.3.2如何打造最好的移动互联网产品51 3.4打造开放平台60 3.4.1平台开放是大势所趋60 3.4.2开放平台的本质61 3.4.3应开放哪些能力62 3.4.4如何让平台开放更成功66 3.5构建良好的产业生态系统68 3.6社会化营销79 3.6.1社会化营销主要特征80 3.6.2利用社会化营销工具，拓展市场82 3.7持续的盈利模式85 第4章移动互联网九大商业模式90 4.1平台模式92 4.1.1构成平台模式的6个条件93 4.1.2平台模式的分类95 4.1.3平台模式的战略定位97 4.1.4实现生态系统与平台模式完美结合99 4.1.5平台模式案例：淘宝——平台开放，打造电子商务生态圈101 4.2免费模式103 4.2.1为什么免费商业模式大行其道104 4.2.2互联网免费商业模式的分类108 4.3软硬一体化模式112 4.3.1软硬一体化商业模式案例——苹果公司113 4.3.2软硬一体化模式受到市场追捧115 4.3.3软硬一体化模式是一项系统工程119 4.3.4成功打造软硬一体化商业模式的关键举措120 4.4专业化模式121 4.4.1专业化模式案例122 4.4.2专业化模式的特点123 4.5O2O模式125 4.5.1O2O模式爆发巨大力量126 4.5.2O2O模式分类128 4.5.3O2O模式的盈利点分析132 4.5.4O2O模式的思考134 4.6品牌模式136 4.6.1品牌模式的内涵及本质137 4.6.2成功的移动互联网品牌137 4.6.3如何推进品牌经营？141 4.7双模模式144 4.7.1双模模式概述144 4.7.2移动互联网：用户规模是关键145 4.7.3实现持续性盈利关键在于创新147 4.7.4双模模式的案例——腾讯开放平台的商业模式148 4.8核心产品模式150 4.9速度模式153 4.9.1什么是速度模式153 4.9.2速度模式的主要表现155 4.9.3速度模式应注意的几个问题163 第5章互联网公司商业模式案例解析165 5.1UC优视科技——由入口到平台166 5.2奇虎360——安全产品永久免费172 5.3小米——创造价值，打造品牌179 5.4苹果AppStore——打造应用平台186 5.5凡客诚品——打造互联网时尚生活品牌190 5.6Facebook——商业模式面临挑战196 5.7汉王科技——输在没有建立良好的生态系统203 第6章移动互联网商业模式面临挑战210 6.1移动互联网缺乏有效的商业模式211 6.2移动互联网商业模式的常见误区216 第7章移动互联网商业模式创新228 7.1移动互联网商业模式发展趋势229 7.2移动互联网商业模式创新主要原则238 7.3移动互联网商业模式创新路径和方法242 7.3.1商业模式创新的一般路径242 7.3.2移动互联网商业模式创新6种方法244

章节摘录

版权页：插图：（3）系统性原则。

所谓系统是由相互联系、相互作用的若干要素，以一定结构组成的，构成具有一定整体功能的有机整体。

开放平台的建设是一项系统工程，从产业生态系统来看，它包括运营企业、合作伙伴及第三方开发者，从开放平台建设来看又涉及平台开发标准、合作模式、合作分成、合作伙伴选择、商业模式、目标市场定位、市场推广等内容，它们共同构成开放平台的有机整体，只有各个要素相互协同一致，相互促进，才能更好地推进开放平台建设，才能更好地促进企业持续健康地发展。

沃尔玛成为全球最大的零售商，关键在于构建和谐共生的商业生态系统，沃尔玛与其供应商、客户、政府、员工等共同构成有机的商业生态系统的整体。

（4）和谐性原则。

和谐是当今社会经济发展中的主旋律，社会要和谐，企业发展要和谐，生态系统建设也要和谐。

加强产业链合作，推动产业生态系统建设已成为企业界达成的广泛共识，没有和谐，就不可能有发展，最终损失的不仅是广大消费者的利益，而且企业自身损失更大。

因此，打造良好的产业生态系统坚持和谐发展十分重要。

和谐主要表现在利益分配比较均衡；能发挥各价值链主体的优势，分工要明确、合理；服从产业发展大局，相互支持，相互配合；勇担社会责任，对利益相关者负责；不搞恶性竞争，维护消费者利益；遵守国家法律法规，合法经营，等等。

总之，和谐是建立良好产业生态系统的基础和保障。

3Q大战、3Q大战、阿里巴巴虚假供应商、百度文库涉嫌侵权、电商价格战等非常规纠纷是企业打造良好生态系统中不和谐的一面，这些对企业长远发展和企业在消费者心中的形象造成很大的影响。

因此，在这些重大、恶性的争议事件爆发之际，应该更多地呼唤“和谐生态环境”。

（5）利益共享原则。

产业生态系统能否健康高效运行关键是要实现利益共享，要让参与价值链各方在合作中充分获得相应的利益，尤其在产业链形成和发展阶段为聚合价值链各方积极性，应采取积极的利益共享原则更有利于业务的健康发展，有利于打造更有竞争力的开放平台。

黑莓手机曾经是智能手机的老大，称霸智能手机领域多年，地位牢靠，黑莓曾经是高端、商务、酷、科技的代名词，但苹果iPhone上市后，黑莓的一切美好形象很快消失，市场份额迅速下降，截止到2012年第三季度，RIM在全球智能手机的市场份额已经从2011年的12%下降至了6.4%。

曾经的移动先锋RIM已到了生死存亡的关口，被苹果、三星逼向死角。

如今的困境是多方面原因造成的，战略定位、产品开发、营销渠道、内部管理及生态系统建设，几乎所有层面，都犯了致命的错误和判断失误，导致一错再错，衰落也就不可避免。

其中，缺乏具有竞争力的生态系统是其衰落的主要原因。

在智能手机以应用、体验为竞争制胜点的今天，黑莓仍热衷于邮件推送、企业级安全和商务办公等功能性手机，苹果iPhone智能手机面世后，RIM也想走苹果软硬一体化路子，但PlayBook不得不采用全新的操作系统。

和手机系统不同，黑莓最独特的是小键盘，手机系统负荷小键盘操作，却不适应触摸屏，只能重新开发。

虽然保持了个性和差异化，但它对黑莓老用户也有陌生感，不像iPhone和iPad无缝切换，更重要的是，无法解决生态系统问题。

针对开发者，黑莓系统限制太多，开发难度大，遇到问题反馈给RIM的相关人员时，得到回馈需要较长时间；针对RIM推出的新款BlackBerry 10系统，由于用户对界面不熟悉、缺乏兼容技术、软件应用太少，很难吸引合作伙伴和开发者；黑莓因为考虑到安全的问题，所以在第三方应用支持方面相对保守，很多端口不那么开放，为黑莓设计程序难度非常大；等等。

智能终端没有生态系统的支持，就缺乏竞争力，黑莓衰落的一个重要原因就是没有打造具有竞争力的生态系统。

<<移动互联网商业模式创新与变革>>

编辑推荐

《移动互联网商业模式创新与变革》是《移动互联网：赢在下一个十年的起点》等畅销书作者胡世良的最新力作。

《移动互联网商业模式创新与变革》抓住移动互联网商业模式创新这一市场热点，结合360、小米、苹果、Facebook等互联网公司大量案例进行分析论述，实用性和可读性强。

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>