

<<商业模式>>

图书基本信息

书名：<<商业模式>>

13位ISBN编号：9787501176472

10位ISBN编号：7501176477

出版时间：2006-10

出版时间：新华出版社

作者：李振勇

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>>

内容概要

中国的企业在经历了要素驱动与投资驱动两个阶段之后，开始向更高的境界迈进。

现在已经不是企业靠单一产品或技术就能打天下的时代了，也不是靠着一两个小点子或是一次投机就能决出胜负的年代了。

要想使企业有生存空间并能持续地赢利，必须依靠系统的安排、整体的力量，即商业模式的设计。

未来企业的竞争，将是商业模式的竞争。

商业模式的竞争将是企业更高形态的竞争！

商业模式是关系到企业生存存亡、兴衰成败的大事，企业要想获得成功就必须从制定成功的商业模式开始，新成立的企业是这样，发展期的企业更是如此。

商业模式是企业竞争制胜的关键。

<<商业模式>>

作者简介

李振勇，工商管理硕士、中国商业模式研究第一人。

曾任，中意集团外贸主管经济师和分公司经理、乐百氏大区经理、天乐营销顾问公司总经理等。

现任：广东高新技术企业家协会顾问、北京华盛时代智业有限公司（李光斗品牌营销机构）总策划。
北京聚智共达管理咨询有限公司首席咨询师。

<<商业模式>>

书籍目录

第一章 什么是商业模式 1.商业模式的力量 2.商业模式 (business model) 的定义第二章 商业模式的组成和分类 1.商业模式的组成 2.商业模式的分类第三章 商业模式的核心原则 1.客户价值最大化原则 2.持续赢利原则 3.资源整合原则 4.创新原则 5.融资有效性原则 6.组织管理高效率原则 7.风险控制原则 8.合理避税原则第四章 商业模式的竞争战略 1.竞争战略分类 2.差异化战略的成功优势第五章 商业模式的改造路径 1.埃森哲的6种再造商业模式 2.融资模式创新的商业模式 3.融资模式和营销模式结合创新的商业模式 4.混业商业模式的创新 5.免费报纸的新商业模式 6.满足潜在需求的商业模式 7.创造需求的商业模式 8.顺藤摸瓜，不断上位的商业模式 9.通过量的增长扩展的商业模式第六章 商业模式发展新趋势 1.跨行业杂交融合的趋势 2.传统产业与互联网的结合趋势 3.行业娱乐化趋势 4.各种金融及衍生工具综合运用的趋势 5.从产业链的低赢利区向高赢利移动的趋势 6.成熟商业模式不断扩展、复制、放大的趋势第七章 商业模式扩展的主要方式第八章 运用金融工具的商业模式第九章 德隆商业模式成败的分析第十章 中科智的商业模式分析第十一章 基于互联网的商业模式附录 人商业模式的角度谈零售连锁企业的竞争后记

<<商业模式>>

章节摘录

书摘1. 商业模式的力量 经营企业应该先有模式, 后有企业。

以下几个案例, 可以让我们感受到模式的威力。

《智囊》杂志曾经登过一篇文章: “‘空手道’四年赚十亿元方案”, 我们来看看他们是怎样设计的, 对我们有什么启发? 内容要点: 四年赚十亿元, 最终收购一家上市公司; 一分钱不花, 只要学会资源整合; 加盟经销商、银行、生产厂家, 如何使他们心甘情愿地为我所用? 一封信引起的思考 赵总并陈副总、肖副总: 在香港这段时间, 结识了不少企业界人士, 开阔了视野和思路, 同时也在琢磨人家为什么能做强做大, 尤其是北京过来的中资公司×××、×××等的经验非常值得学习。

这些人最早都是玩空手道的, 倒批文、圈土地, 后来摇身一变, 都成了实业家。

我们以前对企业的理解还是太简单, 似乎做生意必须要有厂房、机器、人员、实物等等。

现在看来这种观念太落后了, 香港这边“谈生意”的很多, 在谈话中交易, 就完成了资金、资本、股份、所有权的转化, 这和我们经常见到的“做生意”区别很大, 而且越是大企业, 越是这样。

而我们折腾了很多年, 总让人觉得还是一个皮包公司。

静思公司几年来的发展历程, 总觉得我们少了一些什么, 在国内时天天想着找贷款、找项目, 拆东墙、补西墙, 从早到晚应酬喝酒, 无暇反思, 静下来后我才意识到, 我们缺少的是一套长远的发展战略, 缺少的是能让公司跳跃式发展的思路, 说得实际一点, 就是一个赚钱的模式。

我们现在用的那些操作平台太落后、太保守了。

国美与苏宁的模式是否适合我们? 三联入主郑百文意欲何为? 麦当劳长兴不衰秘诀何在? 牟其中仅仅是一个狂人吗?..... 这些问题我想了很多。

国内市场经济发展到今天, 我们如果还是停留在传统的经营和积累模式上, 显然是行不通的。

我正在急切地寻找一个能在短短三五年内赚到八亿、十亿元的方法, 现在我觉得已经找到了。

现在, 我提出一个思路, 发给诸位同事, 大家讨论一下可行性。

同时注意保密, 谢谢! 我们的资源和优势: 我们在商业流通领域积累了为数不少的客户资源, 尤其是在本省, 近30%的中小商业企业和我们有过多种形式的合作或生意往来, 这是我们目前为止最大的资源优势; 另外, 我们和国内著名家电厂商也建立了良好的合作关系, 这两点是我们实现下面思路的最大优势, 只有加强和巩固这两个优势, 才能顺利实施以下计划, 否则一切都是空谈。

和政府、银行的关系一定要搞好, 这一点一直是我们的弱项, 我们总是缺钱, 有时甚至连周转资金都没有了。

我们在资金方面一直没有大的靠山, 这是我最大的心病, 这也是中国所有企业都头疼的事情, 以后我们一定要在银行界找到支持, 这是头等大事。

没有钱, 什么项目都做不好。

关于我们的资源和优势, 我建议列一个表出来, 这就是我们的关系网, 此事迷办。

P3-4

<<商业模式>>

媒体关注与评论

书评作者做了一件非常有意义的工作，希望全社会都能对商业模式的研究予以重视，因为商业模式的成败的确关系到企业的成败！——美洲投资银行董事局主席 邹刚 真心地祝贺老朋友，出了一本这么好的书，真心希望中国的企业都能有成功的商业模式。

以增强中国产品的竞争力。

——前美国高盛亚洲公司董事、总经理 林夏如 中国企业最缺的就是成熟的商业模式，商业模式是实现企业发展战略最重要的环节。

凡想经商的人，特别是商学院的学生、MBA的毕业生最好都能研究商业模式。

——香港元胜投资基金总监 何志雄 该书的确是本好书。

非常受启发，特别是对中小企业具有很高的商业价值。

我代表广大的中小企业管理者感谢作者。

——广东高新技术企业协会秘书长 王理宗

<<商业模式>>

编辑推荐

“ 当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。

”——现代管理学之父彼得·德鲁克 “ 在经营企业过程当中，商业模式比高技术更重要，因为前者是企业能够立足的先决条件。

”——时代华纳前首席执行官迈克尔·邓恩 本书是中国商业模式第一书！

最重要的思想贡献就是把客户价值的最大化作为企业发展战略和商业模式制定的前提。

这一思想完全颠覆了以前企业制定发展战略存在的思想误区：把寻找消费者和洞察消费者内心真实的需求当作企业制定一切战略策略的依据，而不再是从企业自身的资源优势或企业家个人的所谓商业灵感出发。

单这一点论，此书的贡献就具有划时代的意义。

企业必须以市场为导向，以满足消费者的需求为导向，只有这样，企业才不会在汪洋大海中迷失自己，才能找到始终使企业基业长青的金钥匙。

该书为经营者开启商智，为创业者指明方向，为困惑的企业家指点迷津！

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>