

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

图书基本信息

书名：<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

13位ISBN编号：9787802068544

10位ISBN编号：7802068541

出版时间：2009-4

出版时间：光明日报出版社

作者：张锡民

页数：313

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>

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

前言

近几年我的职业生涯是在培训和咨询中度过的，为国内企业讲授过几十门课程，但是讲授最多、最核心的课程当属企业战略与企业执行力的相关课程，并且前几年还出版了相关书籍。由于职业的原因，随着和企业家朋友及高层经理人的广泛接触和探讨，我越来越感悟到办好一个企业的艰辛，对中国新时期的企业领导人充满敬意——他们是高付出的一代！

求索的一代！

最值得尊敬的一代！

他们的成功经验值得总结。

现今，中国广大企业正面临着金融危机的干扰，作为管理专家和学者，相对于成功企业家的忙碌，我显得有些空闲时间，便担当起了这个传导成功经验的责任。

本书的写作目的是为广大新创业的朋友提供思维借鉴和实践借鉴。

它山之石，可以攻玉，希望此书可以让他们少走弯路。

当然，我也希望其他企业人士能够从本书中得到收获。

本书是专讲企业成功经验的核心部分之一：赢利模式。

将来，我还会利用空闲时间写作其他部分。

一个企业要生存下去，要做大做强，就必须选择一条适合自己的发展道路。

战略、赢利模式、执行力三位一体，相互融合，才能实现企业的可持续发展。

其中，存在于企业战略与执行力之间的、企业赖以生存发展的赢利模式是至关重要的，只有找准赢利模式，才能够使战略和执行力创造出最大的效益。

企业经营的核心问题是赢利，赢利的核心问题是赢利模式。

没有一个好的赢利模式，再好的战略和执行力都很难发挥作用。

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

内容概要

经营最重要的不是奖金，不是人才，而是赢利模式。

企业生存的前提是赚钱；赚钱的核心在于赢利模式。

现代企业的赢家法则是，谁能持续获得比同行更高的利润，谁就是真正的赢者寻常的企业必然是一般的赢利模式；而成功的企业，财富奇迹的背后，总有一个非常的赢利模式谁是明天的真正赢家？打开本书学习成功企业的赢利模式，必能让您轻松搭上财富快车……

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

作者简介

张锡民，著名管理专家，中国实战派“咨询式培训、执行式咨询”的创立者，历任多家企业高管。现任北京绿洲源管理顾问有限公司首席顾问，兼任清华大学等数十所高校和培训机构的客座教授或特聘讲师。

具有深厚的专业理论修养与丰富的管理咨询实践经验，广受业界好评。

所获荣誉有：2004年“中国金牌管理咨询师”，2005年“中国十大杰出培训师”。

“2005年中国百位杰出管理人物”。

“2006年中国培训师竞争力排行榜十大华人培训大师”。

2006年获第二届中国管理大会“卓越管理专家奖”，2007年获第三届中国管理大会“卓越讲师奖”，2008年获“改革开放30年中国企业管理十大成就奖”，2009年获“1978—2008中国企业教育培训二十强培训师奖”等。

已出版专著：《中层执行力训练》、《员工执行力训练》等。

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

书籍目录

第一章 打造无竞争空间——资源独享模式 代表企业：无锡尚德太阳能电力有限公司 资源整合模式 中国企业的创新样本 无锡光伏产业的“尚德效应” 第二章 携诸侯以令天子——网站联盟模式 代表企业：浙江网盛科技股份有限公司 八大优势巩固市场领先地位 “携诸侯以令天子”的网站联盟模式 成功源于务实的赢利模式 第三章 控制关键，挖掘环节利润——产业链循环模式 代表企业：西洋集团 赢利模式是企业生存和发展的决定因素 产业链自我循环赢利模式 展望“西洋”未来产业链潜能无限 第四章 从大傍家到大赢家——依附成长模式 代表企业：美特斯·邦威集团公司 虚拟经营催生美特斯·邦威 波澜起伏抓商机 依附成长 从大傍家到大赢家 第五章 从利润到利润倍增器——品牌扩张模式 代表企业：海尔集团 产业发展模式 品牌扩张模式 执行力让品牌模式“秀”起来 张瑞敏谈国际化品牌扩张 第六章 商业与环境和谐发展——环境利润流模式 代表企业：皇明太阳能集团 阶段“二提升” 环境利润流模式 可持续发展 皇明模式引领太阳能产业前进 第七章 业态杂交创造市场优势——异业复合模式 代表企业：美国亚马逊网络书店 异业复合模式 亚马逊模式缘何成功 第八章 无限风光在前方——战略领跑模式 代表企业：Google公司 搜索排名原理 搜索技术授权和网络广告 战略领跑技术领先是关键 Google赢利模式探讨 第九章 王者风范——主业精专模式 代表企业：中山圣雅伦日用制品有限公司 王者风范 选择主业精专模式的理由 要为世界剪指甲 小指甲钳里的大营销 第十章 练就客户“驯养”术——客户再造模式 代表企业：中国移动通信集团公司 客户资本核心能力分析 提升客户资本 客户再造模式 切实保护客户权益 第十一章 最小投入，最大回报——贸工技模式 代表企业：盛大网络发展有限公司 一线万金 新经济的贸工技模式 数字商业时代 得势不饶人 第十二章 利润是“利上之润”——利润乘数模式 代表企业：沃尔特·迪斯尼公司 利润乘数型企业 利润乘数模式 利润乘数模式渗入中国 对迪斯尼利润乘数模式的思考 第十三章 让资本增值更猛烈——资本裂变模式 代表企业：海南航空股份有限公司 发展与腾飞 资本裂变模式 中西合璧 第十四章 一夫当关，万夫莫开——行业标准模式 代表企业：微软公司 以行业标准为基础发展自己的标准 以客户为前提引领行业标准 行业标准的价值与潜能 建立标准的方法 引领行业标准，创新是关键 第十五章 打造价值彩链——供应链金融模式 代表企业：深圳发展银行股份有限公司 创造新的利润增长点 供应链金融赢利模式 供应链金融的新思维 供应链金融是一条价值彩链 第十六章 组合赢利拳，进化赢利链——动态发展模式 代表企业：阿里巴巴集团 收取会员费 “赢利拳”与“赢利链”动态发展 解读阿里巴巴的赢利模式 第十七章 从偏好出发为客户增加价值——客户解决方案模式 代表企业：戴尔公司 从客户偏好出发 戴尔的客户解决方案 第十八章 由点到面，做强一片——“后发制人”扩张模式 代表企业：腾讯科技深圳有限公司 QQ缘何如火如荼 QQ扩张模式 腾讯发展，赢利模式是关键 腾讯赢利模式引发的思考 第十九章 栽好梧桐树，凤和鸟齐鸣——平台交易模式， 代表企业：eBay eBay运营方式 eBay平台交易模式 解密eBay赢利模式 第二十章 识时务者为俊杰——机遇助推模式 代表企业：联想集团 国际化的衍进 奥运助推国际化 火炬营销无人不晓Lenovo 第二十一章 在“市场生态链”中腾飞——生态互补模式 代表企业：科巴特公司 竞合赢得市场 生态互补赢利模式造就了科巴特的腾飞 在多赢中成为大赢家 第二十二章 建立“革命根据地”，包抄利润市场——星火燎原模式 265 代表企业：上海征途网络科技有限公司（现更名为：上海巨人网络科技有限公司） 史玉柱豪赌《征途》 网游“非常道” 《征途》的赚钱战术 《征途》网游“赢天下” 星火燎原 征途赢利模式解密 第二十三章 一步为先，步步为先——上市“擒王”模式 代表企业：分众传媒控股有限公司 收购合并渠道为王 概念为王，向资本市场卖网络 上市“擒王” 资本包围成就行业领先 第二十四章 演绎融资完美梦——风险资本整合模式 代表企业：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 蒙牛资本催生法 蒙牛的资本运作 风险资本整合术 破解外资股权激励之谜

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

章节摘录

第一章 打造无竞争空间——资源独享模式 代表企业：无锡尚德太阳能电力有限公司 资源整合模式 我们所说的资源独享模式，对于现代国际商业机制来说，是指发展特色优势产业，依托特色优势资源，创造超值利润。

如果有了偷不去、买不来、拆不开、带不走、溜不掉的资源优势，谁还能在该市场上胜过你呢？

优势资源可以是资金、土地、进入门槛极高的项目、具有特殊能力的人才，等等。

有了这种优势资源，我们的利润就有了保证。

物以稀为贵，有资源并不等于有利润，怎么独享、怎样合理商业化运作将是成功的最后一步。

资源独享模式，也是很多企业在创业之初可以大力借助的模式，独享所能带来的高额利润早已众所周知。

非同一般的生产工艺、配方、原料、核心技术，又有长期市场需求的产品，就是资源独享的产品。鉴于该模式的独占性原则，掌握它的企业将获得高利润。

由施正荣博士建立的无锡尚德太阳能电力有限公司就是具有这种优势的企业。

无锡尚德太阳能电力有限公司是在纳斯达克上市的中国第一个太阳能企业。

2002年8月公司第一条10兆瓦的太阳能生产线投产；2004年生产能力达到60兆瓦，跻身全球太阳能电池生产商前10名；2005年9月达到120兆瓦，在3年的时间内产能扩张了12倍。

2003年开始赢利，2004年净利润为1845万美元，2005年前9个月实现纯利2300万美元，迅速成为国际新能源行业的领先企业。

以光伏太阳能发电为主营业务，无锡尚德太阳能电力有限公司最大限度地整合了资源。

施正荣将技术、人才、政府扶持、劳动力，设备等资源要素聚集起来，迅速形成庞大的光伏产能，引进海外基金、国有资本适时退出、登陆纽约交易所、融资、扩大产能等一系列动作又体现了他对资源要素组合的管理能力。

资源整合模式 无锡尚德成立于2001年1月，专业从事晶体硅太阳能电池、组件，硅薄膜太阳能电池和光伏发电系统的研发、制造与销售。

2005~2007年间，无锡尚德销售收入从2.26亿美元增长到13.48亿美元，年复合增长率144.2%；净利润从3060万美元增长到1.71亿美元，年复合增长率136.5%；2007年产量达到540兆瓦，是2002年的54倍。

2008年，无锡尚德在全球光伏产业排名升至第2名，仅次于日本夏普。

渗光伏产业 太阳能发电是利用特定半导体材料的光生伏打效应（Photovoltaiceffect，简称光伏效应）。

光伏系统的核心是太阳能电池，通常由半导体材料制成。

最常见的半导体材料是硅，它是地壳中第二丰富元素，矿藏丰富且易于开采。

硅基太阳能电池是目前技术最成熟、应用最广泛的太阳能光伏产品，2007年占全球太阳能电池产量份额的88.34%。

硅基太阳能电池分为单晶硅、多晶硅两种。

单晶硅技术工艺成熟，转换效率实验室最高可达25%，商业化在15%~18%之间。

多晶硅技术原料成本低，但转换效率不及单晶硅，实验室最高为21%，商业化为13%~16%。

另外一种应用光伏技术是薄膜太阳能电池，它是在廉价的玻璃、不锈钢或塑料衬底上附上厚度只有几微米的感光材料制成。

与硅基太阳能电池相比，薄膜太阳能电池具有用材少、重量轻、外表光滑、安装方便等优点，但转换效率相对较低。

目前已商业化的薄膜太阳能电池材料有三种：非晶硅、铜铟硒和碲化镉。

欧洲能源协会预测，到2010年薄膜太阳能电池将占据光伏市场20%的份额。

单片硅基太阳能电池进行互联后，封装到一块玻璃上可以得到光伏组件，封装质量直接影响电池寿命。

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

在光伏组件上加装逆变器、控制器、蓄电池等光伏系统平衡组件，就可以得到一个完整的光伏系统。逆变器可以将直流电转换为交流电，实现并网发电。

光伏系统发电成本远高于目前市场主流发电方式，它的市场应用目前依靠政府驱动。

德国、日本、美国及其他欧洲国家是全球光伏产品主要市场。

2007年，全球三大光伏企业为德国Q—Cell、日本夏普和中国无锡尚德。

日本夏普是全球最早涉足光伏产业的公司，在过去50多年时间内一直是全球最大光伏企业，这与日本一直是全球主要光伏市场相关。

2004年起，德国政府增加补贴，使Q-Cell等本土光伏企业快速发展。

2007年，Q—Cell超越夏普成为全球光伏企业。

2007年6月，Q-Cell在日本东京设立公司，全面进入日本市场。

自2004年以来，中国光伏产业发展迅速。

2007年，中国太阳电池产能达到1088；兆瓦，超过欧洲（1062.8兆瓦）和日本（920兆瓦），成为全球最大的太阳电池生产国。

大多数中国光伏企业的电池制造工艺接近或达到国际先进水平，但多以消化吸收国外技术为主。

无锡尚德具有领先的电池转换效率技术和产能扩张优势，于2008年成为全球第二大光伏企业。

从产业链方面来看，硅基太阳能电池产业可分为：上游，包括硅矿石开采与冶金硅提纯、多晶硅提纯、单晶/多晶硅片加工与切割等环节；中游，包括单晶/多晶硅电池片、电池组件生产与组装；下游，包括光伏产品系统集成与安装。

从产业结构方面来看，光伏产业属技术与资本密集型，产业结构呈金字塔式，不同产业环节竞争者数量沿产业链自上而下逐渐增多。

光伏产业链中绝大多数企业在某一个产业环节从事专业化生产或服务，而少有公司能够横跨多个产业环节，这与产业内部各环节业务连接方式、生产技术、产业升级等方面因素相关。

全球资源整合竞争策略 施正荣是尚德的创始人，作为尚德的领导人，他的全球视野主要体现在两方面：

1. 高度重视打造自身在产业链中的地位——链条对链条的竞争。通过制定富有针对性的竞争策略，努力提升基于产业链的端对端（端对端是针对网络中传输的两端设备间的关系而言的）。

端对端传输指的是在数据传输前，经过各种各样的交换设备，在两端设备间建立一条链路，就像它们是直接相连的一样。

链路建立后，发送端就可以发送数据，直至数据发送完毕，接收端确认接收成功）的整合力，以保证自身在原料采购、产能扩张与市场销售等经营活动协调统一。

2. 积极整合各类市场资源，提升自身核心业务的产品竞争力——全球资源为我所用。

无锡尚德不断改进技术，提升硅基太阳能电池转换效率。

为了实现目标，积极整合全球资源实现为我所用，包括澳大利亚的技术、意大利人的工厂管理、德国人的市场销售、中国的低成本制造及全球资本等方面资源。

链条对链条的竞争 对于整合全球资源与提升产业链控制力的竞争策略方面，施正荣在无锡尚德的运作经验可以总结为：提高电池转换效率，使其产品赢得较高市场溢价，获取更多市场订单；多渠道、多策略确保硅片供给；进行产品创新与业务模式创新，以进一步夯实其市场地位。

无锡尚德通过以下三种渠道确保其硅片供应：

1. 与某些光伏企业签订生产合同（这些企业向无锡尚德供应硅片，并将生产出来的大部分或全部光伏电池与模块组件回购）。

通过签订这样的合同，无锡尚德不仅确保了硅片供应，还将受各种不确定因素影响的硅片价格波动转嫁给提供硅片的用户。

2. 通过预付费方式，与国内外主要硅片供应商签订固定价格、固定数量的长期供货合同。

例如在2006年7月，无锡尚德与世界十大硅材料供应商之一的美国MEMC公司签订了10年总额达60亿美元的硅材料供货合同。

尚德则向MEMC公司提供资金资助，以保证其稳定的供应能力。

2007年6月，尚德与美国HoKu公司签订6.78亿美元的10年多晶硅供货合同。

2008年8月，无锡尚德以9890万美元收购私募股权投资基金英联和伟俊投资所持有的顺大控股股权

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

, 并成为第一大股东。

顺大控股于2003年成立, 专注于单晶硅棒和切片制造。

3. 在中国形成了各种策略联盟以降低供应短缺风险。

为制衡国外公司, 无锡尚德投资了一个硅锭公司, 并通过自己在产业内的影响力为三家中国硅锭生产企业寻找硅材料。

作为回报, 这些生产企业向无锡尚德长期稳定供应硅锭。

全球资本助力成长 在无锡尚德刚成立时, 施正荣以40万美元现金和160万美元的技术入股, 占25%的股权。

江苏小天鹅集团、无锡国联信托投资公司、无锡高新技术投资公司、无锡水星集团、无锡市创业投资公司、无锡山禾集团等国有企业出资600万美元, 占有75%的股权。

2005年1月, 施正荣设立尚德BVI公司, 开始对无锡尚德进行私有化, 原有国有股东陆续退出, 高盛、龙科、英联、法国Natexis、西班牙普凯等外资机构出资8000万美元入股尚德BVI。

PE (私募股权投资) 资本推动无锡尚德产能快速增长, 至2005年第三季度电池产能已达到150兆瓦, 在不到4年时间内产能扩张12倍。

2005年12月14日, 全资持有无锡尚德的尚德控股在美国纽约证券交易所上市, 融资4亿美元。

2006年, 无锡尚德产能增至270兆瓦, 增幅为80%。

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

编辑推荐

揭示企业财富增长的核心秘诀，破译企业超级利润的内在密码 21世纪的企业竞争，不是产品的竞争，不是人才的竞争，也不是营销的竞争，更不是服务的竞争，而是赢利模式的竞争。

揭示企业利润真相，解构企业赢利模式，点拨企业赢利真经。

资源独享模式 网站联盟模式 依附成长模式 行业标准模式 平台交易模式 异业复合模式
战略领跑模式 动态发展模式 主业精专模式 客户再造模式

<<世界早最神奇的24种赢利模式>>

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>