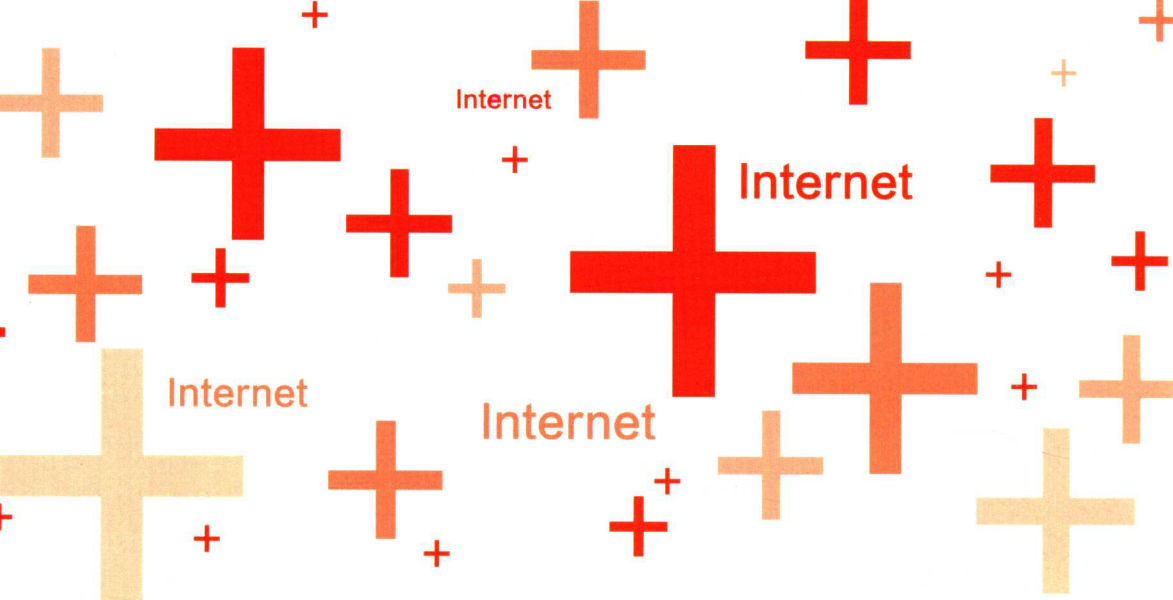




（彩色图解版）

一本书读懂 互联网+

吴帝聪 陈小勤◎著

A BOOK TO READ THE
INTERNET +

SPM 南方出版传媒 广东人民出版社

(彩色图解版)

一本书读懂 互联网+

吴帝聪 陈小勤◎著

A BOOK TO READ THE
INTERNET +

SPM 南方出版传媒 广东人民出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂互联网+/吴帝聪, 陈小勤著. —广州: 广东人民出版社, 2015. 8

ISBN 978-7-218-10197-2

I. ①—… II. ①吴…②陈… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 150424 号

Yibenshu Dudong Hulianwang +

一本书读懂互联网 +

吴帝聪 陈小勤 著

 版权所有 翻印必究

出版人: 曾莹

责任编辑: 肖风华 温玲玲

封面设计: 国国设计

责任技编: 周杰 黎碧霞

出版发行: 广东人民出版社

地址: 广州市大沙头四马路 10 号 (邮政编码: 510102)

电话: (020) 83798714 (总编室)

传真: (020) 83780199

网址: <http://www.gdpph.com>

印刷: 大厂回族自治县正兴印务有限公司

开本: 787mm × 1092mm 1/16

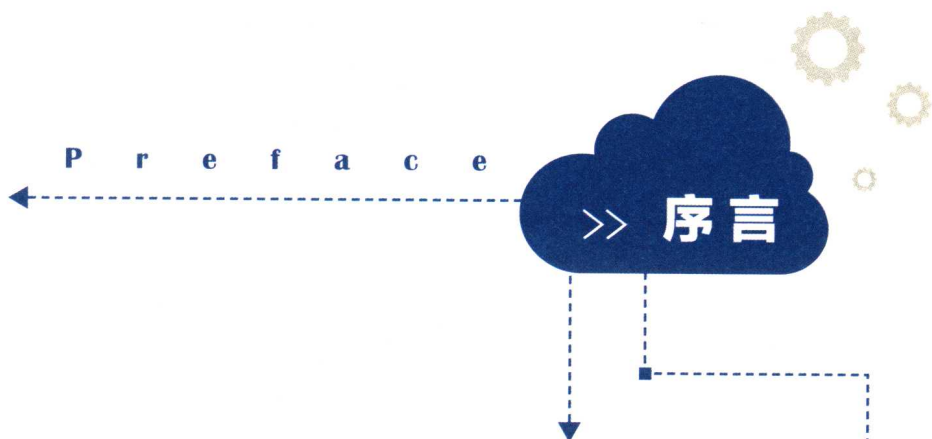
印张: 15.5 字数: 220 千

版次: 2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月第 1 次印刷

定价: 45.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020-83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83795240



互联网+， 传统行业也玩得转

在互联网和移动互联网大潮涌动的背景下，“互联网+”成为今年两会的最热词，国务院总理李克强在今年的政府工作报告中大量提到互联网，提出制订“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。

如今，世界以工业思维构建的商业体系正在瓦解，互联网思维席卷而来，而这对每一个企业来说都是机会，也是挑战。正如马云所言：“这是互联网的时代，不再属于李嘉诚了。李嘉诚在他那个时代确实很不错，但现在已不可能出现另一个李嘉诚。不是马化腾特别厉害，我更没什么，而是时代厉害，我们只是顺应互联网的潮流而崛起。”

一个企业的兴衰并不是由于企业领导者的无能和懒散，而仅仅是因为企业没有活在历史的趋势里。曾经的超级巨星柯达、爱立信、诺基亚、IBM等，都经历过盛极而衰的过程，要知道，这些企业曾是全世界企业争相模仿的模板，其经典的管理思想和经营模式是全世界企业效仿的榜样。可是，就是这样一些风光无限的企业，也因为跟不上市场的变化而迅速



没落，有的甚至消失在人们的视野中了。

毫无疑问，“互联网+”正在成为新一轮资本市场的风口。许多传统行业的企业家们，特别不理解一个还没有进行正式投产的创新型项目就被风险投资估值几千万甚至几个亿的现实。需要指出的是，风险投资公司青睐的是这个创新型企业是否站在“风口”上，如今的“风口”就是“互联网+”。面对这个风口，许多传统行业的巨头都不淡定了，都在积极寻求互联网转型。

所谓“互联网+”战略就是利用互联网的平台、信息通信技术，把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来，在新的领域创造一种新的商业生态。

其实，“互联网+”已经切切实实地在一些行业稳步推进，互联网牛奶、互联网金融、互联网电视、在线订票、在线房地产等行业，都是“互联网+”的杰作。而在快速消费品行业，也有越来越多的企业正在把互联网工具运用到产品研发和营销的各个环节中，借用这种方式改变与消费者的沟通模式。

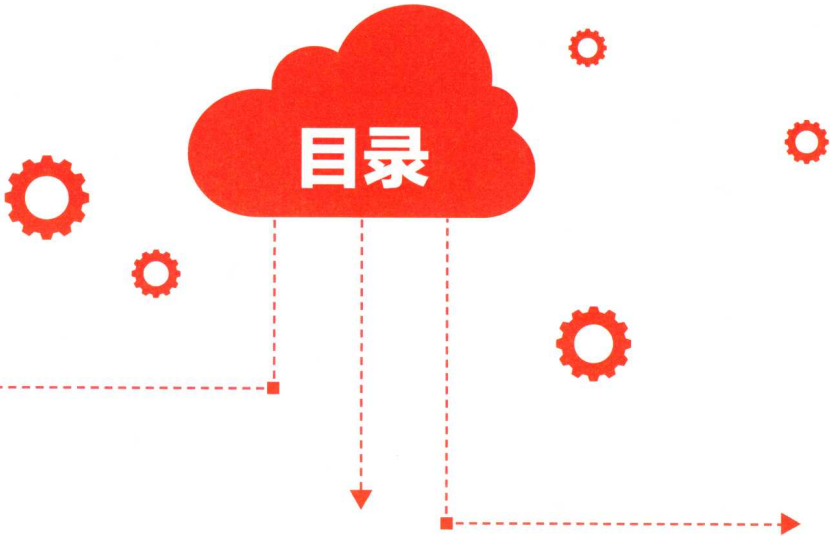
新的业态催生了新的经济模式。现在，越来越多的传统行业的企业家们意识到，移动互联网的时代已经到来，并给传统企业思维带来前所未有的冲击。传统行业“要么实现互联网转型，要么被互联网颠覆”已经成为越来越多企业家们的共识。

可是，在这场“触网”大潮中，传统行业不知道从哪里入手，一方面是那些传统行业有一套固有的经营模式，互联网转型涉及方方面面的问

题；另一方面就是向陌生的行业转型，既没有运营经验，也没有专业的团队，应该怎么做，是他们感到头疼的问题。

针对大家对互联网转型的困惑，我们特别推出了《一本书读懂互联网+》，本书从移动互联网时代的商业趋势出发，阐述了互联网对传统商业的渗透和融合，解读了传统企业为什么必须进行互联网转型，并着重解决“互联网+”加什么，以及如何加的问题。

本书紧跟时代主题，内容丰富，实务操作性强，既有理论阐述，也有具体的案例分析和点评，我们希望本书能切实地帮助企业更快地融入移动互联网大潮中，我们更希望您能通过“互联网+”加出企业的高效率，实现永续经营、基业长青。



目录

第一部分

“互联网+”对传统行业的渗透和融合

第一章 “互联网+”对传统行业的渗透 / 3

传统企业互联网化，是未来商业浪潮的主旋律 / 4

传统企业的“互联网焦虑症” / 8

互联网思维是传统企业互联网转型的制胜关键 / 13

传统企业互联网转型成败，与“基因”无关 / 18

每个行业要么拥抱互联网，要么被互联网颠覆 / 21

第二章 “互联网+”？企业大佬都不知所措 / 25

万科董事局主席王石：下一个倒台的就是万科 / 26

腾讯董事局主席马化腾：越来越看不懂年轻人的喜好 / 30

阿里巴巴创始人马云：京东虎视眈眈，微商兵临城下 / 34

小米科技董事长雷军：内有增长之困，外患出师不利 / 38

联想集团创始人柳传志：年轻人的世界，看不懂 / 42

新东方董事长俞敏洪：消灭你，与你无关 / 46



目录

万达集团董事长王健林：问君能有几多愁，恰似祖国人民向网流 / 51

第三章 “互联网+”，如何加出企业高效率 / 55

互联网让企业获得海量数据 / 56

互联网让产品研发从“摸着石头过河”到“有的放矢” / 59

互联网让传统企业对细分市场更有针对性 / 63

互联网挖掘出消费者尚未察觉到的潜在需求 / 67

“互联网+”，加的是对市场的洞察力 / 70

第二部分

“互联网+”背景下的商业大势与生存法则

第四章 移动互联网时代的趋势与特征 / 77

传统企业为什么要进行互联网转型 / 78

移动互联网时代的商业特征 / 82

移动互联网时代的商业趋势 / 86

传统企业互联网转型的种种误区 / 90

第五章 “互联网+”助推企业转型的本质和核心 / 95

“互联网+”，实现要素驱动向创新驱动的跃升 / 96



“互联网+”，加的不仅仅是技术 / 101

“互联网+”，加的是产业创新业务的执行力 / 104

第三部分 传统企业“互联网+”加什么？怎么加

第六章 利用互联网思维实现三个方面的转型 / 111

商业模式转型：打造开放平台，改变原来的盈利模式 / 112

管理转型：提高要素运行效率，降低成本 / 118

文化转型：将全新的企业文化融入企业的血液中 / 122

第七章 全面掌控互联网转型的“四个化” / 125

商业模式互联网化 / 126

产品体验互联网化 / 132

市场推广互联网化 / 137

产品销售互联网化 / 141

第八章 传统企业互联网化“三步走” / 145

第一步，在线：梳理需要搬到互联网上的产品、服务、流程 / 146

第二步，互动：根据客户反馈，改进服务，提升体验 / 150

第三步，联网：将上下游客户及所有资源无缝对接起来 / 153

第九章 传统企业互联网转型要抓好四件大事 / 157

第一，持续加强现有体系竞争力建设 / 158

第二，利用互联网工具改善业务流程 / 162

第三，用互联网精神进行自我革命 / 166

第四，重新按互联网模式建立新业务 / 171



目录

第四部分 典型案例：利用“互联网+”打造企业的核心竞争力

第十章 无知不是生存的障碍，傲慢才是 / 177

诺基亚败了，不是败给了对手，而是败给了自己 / 178

傲慢导致蓝色巨人陨落 / 184

索尼：一切的理所当然都那么弱不禁风 / 188

固执的娃哈哈也要触网 / 191

忽视技术创新和消费体验，柯达黯然出局 / 196

第十一章 打破僵局：以“互联网+”突破传统企业发展的桎梏 / 201

新希望的“互联网牛奶实验” / 202

四季沐歌试水红包营销 / 207

创维：双平台、双品牌策略拥抱互联网 / 211

第十二章 引领潮流，站在“互联网+”的风口上顺势而为 / 217

奇虎360的“免费+增值”商业模式 / 218

亚马逊通过好的客户体验获得成功 / 221

小米传奇——用户驱动管理 / 224

万豪酒店：利用微信公众号打造粉丝 / 227

彼能科技：用互联网+创建健康服务系统 / 232



第一部分

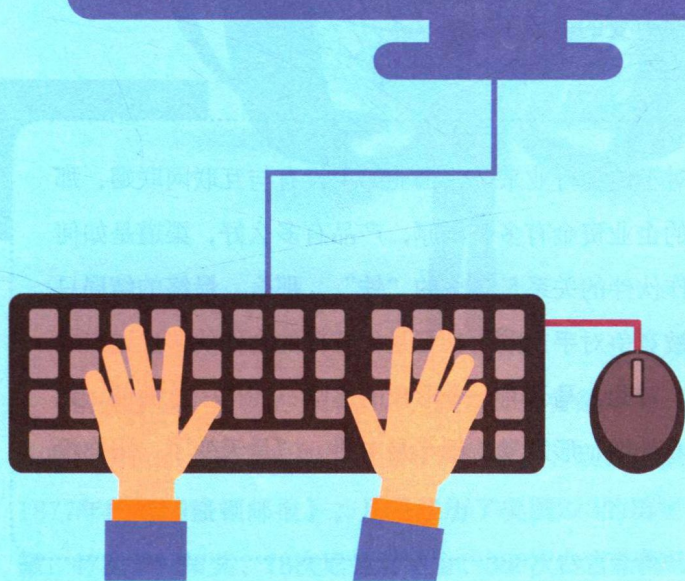
“互联网+”对传统行业的渗透和融合

对传统行业来说，面对移动互联网大潮的冲击，企业正面临着前所未有的机会和挑战。所谓机会，就是大家都处在同一起跑线上，如何跑得更快、跑得更稳，是决定企业胜出与否的关键；而挑战则来自于互联网对传统行业固有优势的冲击，以前的规模、渠道、盈利模式等，都有可能是传统企业的优势，可在互联网时代，这些固有的优势正在弱化和消失。在新的形势下，传统行业只有选择拥抱互联网，利用互联网工具整合企业的关键要素，重新构建新的盈利模式才是当务之急。

第一章

>> “互联网+” 对传统行业的渗透

互联网对传统行业的渗透是全方位的，互联网特别是移动互联网的出现，大大提升了信息交流的空间和速度，从而让传统产业不仅生产效率有所提高，而且产品效率也获得极大提升。“互联网+”通过搭建网络销售平台，让消费环节变得更加高效、便捷。



传统企业互联网化，是未来商业浪潮的主旋律

传统经济时代的成功经验，在今天的互联网时代已被质疑或被颠覆。在工业文明时代，企业要想得到永续发展，只需要拥有足够的经验、熟悉市场规则、懂得规避风险就可以了。但在移动互联网时代，这些东西能成为企业赖以生存发展的秘籍吗？

显然，这些东西已不能提升企业的核心竞争力，在每个企业都在高呼颠覆和创新的时候，在每个企业都在对产品精益求精的时候，老一套的经营管理方式已经不能再适应瞬息万变的市场了。

马云认为，对于传统行业来说，企业如果没有与互联网联姻，那么，无论你现在的企业资金有多么雄厚，产品有多么好，渠道是如何的畅通，你与合作伙伴的关系是多么的“铁”，那么，最终的结局只有一个：迟早会被竞争对手击败。甚至是你昔日的合作伙伴反过来成为你的竞争对手。对此，马云有一个形象的比喻：在机关枪面前，无论你是太极拳、八卦拳、形意拳，都不是对手，“是天变了，跟你没关系”。

奇虎360公司董事长周鸿祎也有相同的看法：任何企业都可以找最强的竞争对手打，但有一个竞争对手你是打不过的，那就是趋势。趋势一旦爆发，就不会是一种线性的发展，它会聚集能量于无形，最后突然爆发出雪崩效应。任何不愿被改变的力量都会在雪崩中被毁灭，被市场边缘化。周鸿祎感慨地说：“几年前，大家还在为电商是否会冲击实体店而争论不休。”到现在，许多的实体店在阿里巴巴、京东等电商的冲击下，已经关门大吉了，这个是他们之前怎么也不会想到的。



别说那些不知名的实体小店，就是那些曾经辉煌一时，引领当时风尚的一些传统企业，由于未能搭上互联网的东风，现在也衰败、没落了。创办于1877年的《华盛顿邮报》，几乎经历了美国2/3的历史，获得过数不清的荣耀：47次普利策奖、18次尼曼奖学金、368次白宫新闻摄影协会奖……曾经风

光无限的《华盛顿邮报》，在互联网和新媒体的联手冲击之下，经营状况可以用“惨淡”二字来形容，2012年第四季度，更是历史性地亏损4540万美元。

曾几何时，诺基亚就是手机的代名词，是业界当之无愧的老大，这个来自芬兰的老牌企业，在短时间内从芬兰走向世界，然而，又在短短的几年之内就迅速没落，以至于落得个被微软收购的下场。如今，诺基亚在苹果、三星以及山寨手机的联手冲击之下，已经没有位置了。这世界的变化就是这么快，如果你不能紧跟时代的步伐，就有可能在极短的时间内体验到从巅峰快乐一下子掉入万丈深渊的煎熬。



中国家电卖场巨头苏宁，经过与国美的十多年缠斗，好不容易超越对手，可是还没来得及品尝胜利的喜悦，却突然发现京东、天猫等横空掠出。仅2013年“双十一”一天，天猫的营业额就达到创纪录的350亿美元，人们谈论

的是天猫与京东，根本就忘记了苏宁的存在。这样的变化实在是太突然了，落差也太大了。

这就提醒所有的传统企业，特别是那些有过辉煌成果，但现在还“过得去”的企业，要有一个清醒的认识。多年以前，你扮演的或许是颠覆传统的创新型企业；如今，你功成名就，却发现自己俨然已成为被颠覆的对象。

这种状况，在许多领域上演：多少固若金汤的行业格局正在改变，IBM、索尼、苏宁、国美……多少消费者耳熟能详的著名品牌，几乎在一夜之间褪去光环，甚至轰然坍塌。这些巨人倒下时“连身体都是温的”。

造成传统企业步履维艰的原因或许多种多样：创新不足、决策失当、政策改变、人才流失……这些恐怕不是核心因素。那么，什么才是让这些巨人陷入困境的核心因素呢？那就是互联网的冲击。

我们现在看到，家乐福、沃尔玛、万达等百货实体店开始大规模关门，各大百货商场也人烟稀少，路边的大量商铺也不景气，电商的到来直接将这些传统的行业颠覆。

传统行业要想存活下来，甚至还想活得很滋润，与互联网联姻，积极拥抱互联网，是唯一的选择。

