

盛世新管理书架
SS New Management Bookshelf



刘伟毅
张 文◎著

获利时代

移动互联网的新商业模式

深度剖析移动互联网产业链
全面解读国际领先商业模式

抓住赚钱的最佳机会 成就自己的商业帝国

搜索关键词 微信 微博 二维码 余额宝 APP 云电视 免费

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

获利时代：移动互联网的新商业模式 / 刘伟毅，张文著. — 北京：人民邮电出版社，2014.4 (2014.4 重印)
(盛世新管理书架)
ISBN 978-7-115-34845-6

I. ①获… II. ①刘… ②张… III. ①移动通信—互联网—邮电企业—商业模式—研究 IV. ①F626.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第035870号

内 容 提 要

这是商家、企业参与移动互联网时代必看的一本实战图书，为万千商家描绘了当前互联网时代商业模式特色的详细蓝图和进军路线图。本书涵盖了作者对商业模式、互联网时代的独到且深刻的见解，从最现实、最实用的角度将商业模式的突出点、获利点以及价值转化方式结合移动互联网的特色完整地论述出来，立体化、形象化地将商业结合时代元素，丰富商品性质，提升商业价值与利益，构建移动商业模式——道来，为读者展现出波澜壮阔的移动互联网时代。

-
- ◆ 著 刘伟毅 张文
责任编辑 赵娟
责任印制 杨林杰
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
- ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：14
字数：198千字
- 2014年4月第1版
2014年4月河北第2次印刷
-

定价：42.00 元

读者服务热线：(010)81055488 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号

白

中国进入移动互联网时代，商界已经发生了天翻地覆的变化。今日的我们已不能再给企业、市场、客户狭义地下定义，因为企业可以化整为零，市场可以万马奔腾，客户可以转身主导整个行业的发展，这就是互联网时代的商业特色。

面对这种商业社会的新局面，面对WAP和WWW的联网方式，企业应该如何变通？如何崛起？这是一个很严峻的问题。移动互联网时代不是浮云，而是实实在在的蓝海与红海，是握紧手就可以抓住的利益，是打开口袋就能掉进来的金币，是聪明企业建立商业堡垒的最佳时机。

时光飞逝，潮流更替，高速发展的商业社会已经进入了网络科技覆盖的时代，这种飞速变革的频率令商家、企业拼尽全力，只求跟上时代的脚步。然而，无论哪朝哪代都必然存在走在潮流前沿的引领者与开创者，而这些成功者的共同特点则是他们对当代商业模式的剖析与制订，都保持了独特的风格，在缜密的思维下构建了可以代表时代特征的商业矩阵。

无论是他们创造的商业格局，还是打破的市场规律，都可以被诠释为运用智慧挖掘财富的过程。本书以新颖的移动时代商业模式特色为主，将商业结合时代元素，丰富商品性质，提升商业价值与利益，并详细指出如何构建移动商业模式，如何在当前时代创造财富。

重点分析了当前市场中成功的商业模式，并总结出多种模式下存在的共同点、成功点，之后分析移动互联网未来的发展趋向，为读者呈现如何在现有成功商业模式中衍生出未来成功商业模式的方式与方法。

开篇的主要内容是分析企业内部商业模式。当前很多企业具备了成功的基础，但是未能抓住腾飞的最佳时机，未能如愿以偿地获取到最大利益。本书的这一章节为读者详细

前言 Preface



指出了企业欠缺的关键元素、失利的潜在因素、成功的必备秘诀以及腾飞的最佳模式。

基础篇为读者讲述的是一种消费模式、一种消费心理。企业商业模式的价值体现决定于包揽客户的多少。本篇主要内容讲解了企业如何建立互联网时代最紧俏的客户模式，引领更多消费跳跃市场中的层层竞争，直达企业客户群体之中。

腾飞篇是本书的总结，同样是画龙点睛的重点。书中对互联网时代商业模式各大元素的讲解完成后，用商业模式腾飞篇将其结合，并讲述了开创全新商业模式的方法。

本书秉持最实用、最直接的阐述方式，并站在读者的角度思考问题，力争让每一位读者从书中得到的不是理论和方法，而是真实的利益，从而成就自己的商业帝国。



I 开创篇 当鲨鱼游到沙漠——移动互联网来了 I

第1章 互联网尚未熟悉，移动互联网已骤然降临 / 002

“e”时代中的商界“变色龙” / 003

金融？通信？制造？还有哪些行业没被移动互联网攻占？ / 007

你不跨界，也会有人来趁火打劫 / 012

移动互联网时代的商业模式 / 017

第2章 老酒配新杯，新商业模式的四大特色 / 021

商品主题化 / 022

运营移动化 / 027

企业多元化 / 031

用户互联化 / 035

第3章 企业画龙，互联点睛 / 039

“三马”携手闯神州 / 040

P2P，互联网融资新模式 / 043

“余额宝”模式的魅力 / 047

大数据之上的移动金融 / 051

| 基础篇：快鱼吃慢鱼——优胜劣汰的市场 |

第4章 “e”市场与实体市场的爱恨情仇 / 056

如果马云输了，就是整个社会输了 / 057

用“双十一”冲击房价，阿里巴巴只是参与者 / 060

巨人倒下时，身体还是暖的 / 063

线上与线下的异样生活 / 070

第5章 新人携手入海，旧人被迫出局 / 074

火爆云电视 / 075

高德地图与新浪微博 / 080

百度助力，“去哪儿网”上市 / 084

逐渐消失的实体书店 / 089

第6章 “e”时代的市场模式“翻盖” / 094

市场模式的垫脚石 I / 095

市场模式的垫脚石 II / 099

当代市场模式的获利途径 / 103

企业APP终端如何成功上线 / 108

| 腾飞篇：甲之砒霜，乙之蜜糖——开发属于自己的企业模式 |

第7章 企业模式决定未来趋势 / 114

企业巨大利润之上的“免费模式” / 115

移动互联网时代的全新免费模式种类 / 119

免费商业模式的未来之路 / 123

“永久免费”的奇虎360 / 127

第8章 企业模式构成 / 131

2013，从1亿飙升到10亿的豪赌 / 132

高效运作的“e”企业 / 137

移动互联网时代的企业模式 / 142

2013年最佳商业模式——乐视网 / 147

第9章 移动互联网未来发展趋势 / 151

移动互联网商业发展趋势 / 152

赌局是玩笑，发展更重要 / 160

O2O商业模式预测未来 / 165

未来的O2O模式种类 / 169

第10章 移动互联网时代经典商业模式解析 / 174

魅族的低调商业模式 / 175

谷歌隐藏的商业模式 / 179

移动互联网造就的辉煌小米 / 186

第11章 移动互联网时代巨头眼中的商业模式 / 190

岳国峰：移动互联网时代最缺乏商业模式 / 191

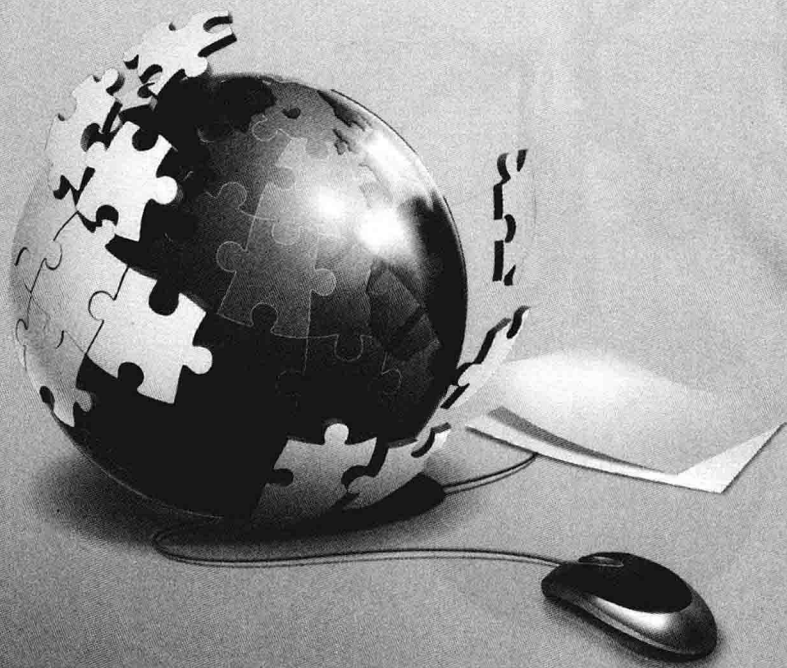
李彦宏：移动互联网如同酒驾——刺激也危险 / 197

马云：电子商务之魂 / 203

丁磊：移动互联网时代的商业模式 / 209

开创篇

当鲨鱼游到沙漠——移动互联网来了



第1章

互联网尚未熟悉，
移动互联网已骤然降临



“e”时代中的商界“变色龙”

在互联网时代来临之后，社会发展开始呈现出多样性的需求与多元化的主张。我们可以感觉到这个时代的消费者变了，他们不再计较利益的大小，不再奉行“拜金主义”的生活观念，而是追求张扬的个性，表现蓬勃的生机，消费市场也随之开始色彩缤纷，商业时代的主脉搏开始强劲跳动，这预示着全新的商业时代来临了。

在3G网络已经覆盖全球，4G网络正在逐步升级的局面下，商界对互联网的应用、研发、推广以及智能终端的普及加大了投入力度，国内互联网产业呈现了飞速发展的态势，各种新颖的互联网商业模式也正在不断诞生、变革、升级。以往最大的利益交换平台，正从实体市场慢慢转向网络平台，即以企业、互联网、互联网覆盖市场三大主体构成的全新商业基地正在快速地发生着天翻地覆的变化。

“e”时代中商界最大的变化主要体现在三大方面，如图1-1所示。这正如变色龙的伪装特色，互联网时代商业模式在不同环境、不同形式下呈现了不同的色彩，从而达到了相同的效果——成功获利。

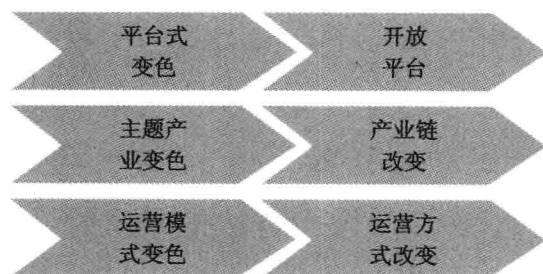


图1-1 “e”时代中的商界三大“变色”

市场色彩之一：平台式变色

从互联网诞生的那一天开始，商业与互联网之间就开始了一种融合，在互联网的促进下，中国商业市场加快了发展速度，而在中国商业市场的催生下，互联网也开始迈起了高端大气上档次的步伐——移动互联网诞生了。

移动互联网出现之后，为中国互联网商业模式提供了更好的控制力以及随时随地的连接能力，打破了时间和地域的限制，从而彻底拓宽了互联网的开放性，中国市场的商业平台在这种情况下开始了“变色”。

互联网具备丰富的信息资源，这些信息在商家、企业看来就是丰厚的利润，在一定条件下，互联网的信息资源完全可以转化为客户和业务，但由于互联网也受到一定的地域与时间限制，导致这一平台缺乏足够的灵活力。而移动互联网恰恰弥补了这一不足，于是中国的商业平台与移动互联网之间的深度融合开始了。

传统的商业模式在这一平台的作用下，从以企业、商家为运营中心变为了以移动互联网平台为发展重点，而且客户主张也从“利益最大化”转移到了“满足个性化”，这两点的转变足以让传统商业模式在登上互联网之后大放异彩，企业、商家从这两点的转变中也获取了强大的发展驱动力。可以说传统商业模式在融合了移动互联网商业平台后，扩展了自己的销售终端，而且延伸了消费深度，因为互联网覆盖下的消费者还有另外一种身份，这就是信息提供者和分享者。

在传统商业模式的这种变色下，我们看到了一种全新的移动互联网商业模式。如果把传统商业模式比作金字塔，企业、商家占据金字塔顶端，交易平台作为金字塔中层，消费者作为金字塔基层的话，移动互联网商业平台又为这一金字塔增加了一个层次，这就是移动互联网消费者影响之下的人群。

然而这一商业模式最重要的不仅是增加了这一层次，而是上面的三个层次

发生的变化，以往的传统运营商、商业平台和消费者现在可以被统称为移动互联网商业用户。这些用户才是当今商业模式中最活跃的元素，由于有活跃的他们，“e”时代商业变色龙的色彩才更加鲜艳。

一方面，运营商、移动互联网商业平台在获取了高额利益的前提下为互联网消费者提供了满意的商品、满意的服务以及全新的消费感受。另一方面，移动互联网在这种形势下也提高了自身的发展速度，更高端、更先进的网络市场开始出现，社会科技发展速度随之提升，从而在丰富多彩的时代中，诞生了这样一条彩色的变色龙。

市场色彩之二：主体产业变色

移动互联网时代还创造了另外一种色彩，就是所有企业、商家的主体产业发生了转变，这是一种产业形态的变化。以往的产业链此刻可以被称作产业点，在同一个平台上，一条产业链的所有环节都可以被融合、被完成。产业链各个环节之间的分明关系也变得模糊起来，而且产业链的所有相关者都可以从中找到不同的战略意义，所有相关者的运营范围在移动互联网的作用下被无限拓宽了。

以国内互联网的商业平台为例，在这里消费者与运营者之间的关系都可以被调转。例如，作为苹果程序商店的中国三大电信运营商，此刻都转变成了运营者，中国电信开通了“天翼空间”，中国联通有了“沃商城”，中国移动也推出了“中国移动应用商场”，这三大运营商通过苹果、三星等企业的产业链转变了自己的身份，而且获取了比各大手机厂商都要丰厚的利润。

这就是移动互联网商业模式的一大特色。传统商业模式登上互联网之后不再是框架清晰、勾勒分明，而是变得柔软，学会了“变形”，在原有中心产业不变的前提下，掌握了更多的获利方式，从而生成更多的获利模式。这种色彩让这条变色龙在互联网上找到了更多的食物，强壮了、成长了。

市场色彩之三：运营模式变色

自从电商模式出现后，各种运营模式不断出新，从B2B到B2C，再到O2O、ABC等，各种全新的模式层出不穷，其目的不外乎更加契合市场需求，更方便、更快捷地获取更多利益。

在电商出现初期，互联网运营平台刚刚呈现雏形，很多实体运营商并没有把互联网平台看作发展的重点，因此互联网商业平台最初只是零售业的试水点，当商家、企业在浅水区就挖掘到无数宝藏后，纷纷开始转型，把企业的运营中心转移到了互联网商业平台，再到今日的移动互联网销售终端，可以说中国商业的运营在最近几年内无时无刻在发生着变化，移动互联网商业模式也一直未能稳固下来。

这并不重要，每一个全新的电商模式的出现，每一种色彩的诞生都会带来巨大的市场利益和经济发展，这就代表虽然这条变色龙还在变幻着色彩，但它的生命迹象是正常的、健康的，更是充满生机的。

移动互联网商业模式最大的运营特色是什么？那就是多变。也正因为多变，才表现出移动互联网商业模式的前景宽阔、未来美好。移动互联网时代来临之后，我们的生活改变了很多，移动互联网带来的用户体验也是良好的。如果说在这个时代中总结一下商业模式的特色，那么变色龙这个比喻应该可以概括说明——在互联网带来的时代改变中，移动互联网商业模式完美地契合了每一种环境、每一个场合，而且还在这张网上捕获了更多财富，这就使得我们把眼球投向了这只大腹便便的蜥蜴，我们期待看到随着社会发展和时代变化，它究竟会成长为怎样的模样、获得怎样的成就。

金融？通信？制造？还有哪些行业没被移动互联网攻占？

未来将是一个被移动互联网所覆盖的世界，这已经成为了一个不争的事实，金融？通信？制造？还有哪些行业没有被互联网攻占？还有哪些行业能离开互联网以获取更多的利益呢？不是寥寥无几，而是彻底没有。

即便此刻，某些行业的主体依旧没有依靠互联网而自主运营，但是移动互联网为各大行业带来的优势是不可忽视的。如果我们还未看清这些利益，那么在未来的市场中，我们就很难再占据一席之地。

自从2008年中国市场进入电商时代后，移动互联网就开始按照传统PC网络的脉络快节奏地发展。时隔5年后的今日，移动互联网已经覆盖到全国的每一个角落，所有的移动终端都已成为了移动互联网连接下的商业目标。据统计，2011年全年中国移动互联网市场规模突破了851亿元，相较往年市场规模增长翻了一倍，而且当时业内专家就认为，未来几年后中国的移动互联网将攻占国内的全部行业，移动互联网规模将超越传统的PC网络市场规模，甚至超越传统实体市场规模。

果不其然，在短短两年后的今天，中国PC网络市场与移动互联网市场的总和已经呈现出超越实体市场规模的趋势，两者作为互联网市场的综合，市场规模的增长比率远远大于了实体市场。那为什么各大行业纷纷选择进入互联网市场呢？移动互联网时代来临之后，互联网市场又为各大行业提供了那些不可获取的优势呢？如图1-2所示。

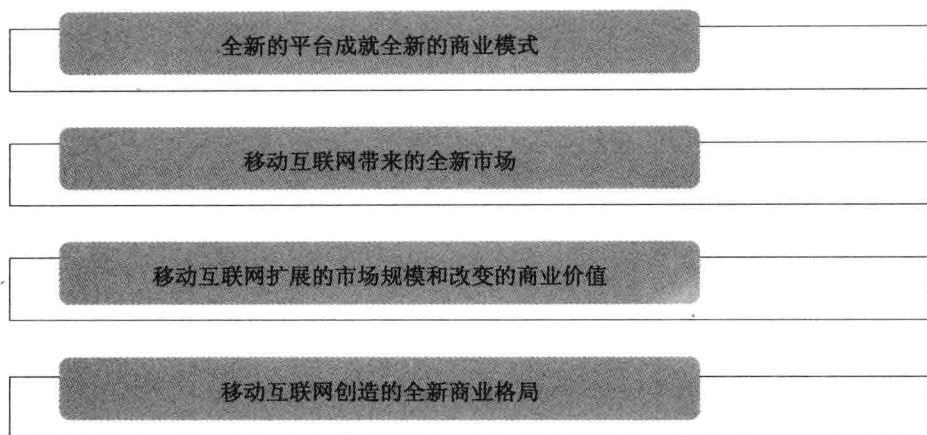


图1-2 移动互联网发展带来的优势

全新的平台成就全新的商业模式

移动互联网时代来临之后，增加的不只是互联网用户的人数，更是激发了用户的活跃度。因为互联网在连接了移动终端后，打破了常规PC网络的各种限制，这一商业平台被无限拓宽。为了从这全新的市场中更快捷地获取利益，各大企业、商家纷纷开始构建有效的商业模式，期望从中获取成功。

任何一个新型商业平台的来临，必然会吸引无数的运营商。而各大运营商在移动互联网之上寻找到任何一点优于传统商业模式的元素后，就可以以此为中心构建新型的商业模式。以九城游戏中心为例，这是一家老牌的互联网游戏代理公司，2005年因成功代理暴雪公司推出的经典3D游戏《魔兽世界》而获取了巨大的成功。据统计，自2005年以来，九城公司仅《魔兽世界》实体点卡年销量从未低于9000万元，这一数字曾打破了当时的网络游戏实体卡年销量的纪录。

移动互联网时代来临之后，九城公司代理《魔兽世界》的合约期也已到期，然而失去了优秀产业主体的九城公司并没有失去自己对市场的把握以及对经典商业模式的了解。九城发现国内游戏业依旧具备更大的潜力，而吸引客户

的方式正是各种新颖的互联网元素，既然自己无法创造如同暴雪公司一样的经典个体，那何不试着借助移动互联网的力量创造新型元素中的娱乐？九城公司将发展中心转移到了各种智能手机系统的游戏社交平台之上，尤其是九城公司基于苹果系统与安卓系统开发出的各种游戏，获取了巨大的成功，一经推出，注册用户很快突破7500万人。今日，九城公司研发的手机游戏已经超过了2700多款，无线业务平台覆盖人数超过6000万人。九城手机游戏中心已经成为了九城公司的盈利主体。

任何一个全新商业模式的创造，必然需要一个全新的契机。而移动互联网为国内各大行业的发展提供了无数的机遇，这是时代赋予我们的财富。假如我们不伸出双手及时抓住，很可能失去发展过程中最宝贵的机遇。

移动互联网带来的全新市场

在电商时代来临之后，各大行业开始运营自己的移动客户端，从而大大提升了自己的零售量。这片零售市场是不可忽视的，很可能成为各大行业获取成功的关键点。试问，今日还有什么是在网上买不到的？这就证明移动互联网带来的全新市场是基于实体零售市场之上而进行扩展开来的。

不过，也要注意中国移动互联网市场还是存在一些弊端的。因为中国电信行业的发展速度要慢于国外，这就导致中国移动互联网的流量收费相比国外市场要高出一个档次。而中国智能手机用户对流量的使用受费用的局限，很少有人每月流量使用超出300MB的，这就导致中国移动互联网市场的资源有70%以上未能充分发挥作用。不过随着中国电信三大运营商的发展，国内流量资费也在不断进行调整，移动互联网市场的活力逐渐提升，因此，移动互联网对所有行业来说，都可以提供一个正在拓展的全新市场，这是传统市场所无法比拟的。

在移动互联网拓展过程中，很多相关行业得到了飞速的发展。除了我们提到的中国电信三大运营商之外，还有手机、互联网服务业等，甚至与这些行业