

互联网+时代 传统企业化危为机

撕开新经济模式的风口，让你的企业走向快车道
危机，就是转机，互联网+可以激发传统企业的创新力

马振贵◎编著

· 帮助传统企业化解“本能恐慌” · 解读中国经济新生态和新玩法
给出拥抱“互联网”的最佳模式 · 全力助推传统行业互联网转型升级

互联网+时代

传统企业化危为机

马振贵◎编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

“互联网+”无疑是 2015 年最热的词，这个“+”的含义是互联网对传统行业的改造，为传统企业带来创新和升级。2015 年是传统企业的“危机”年，他们如何化危为机，寻求突破，借道互联网，这些问题的答案正是本书的出发点。

本书通过企业实例对传统职业、传统企业在互联网下如何生存进行了分析和讲解，这其中既有血淋淋的失败，也有干气豪云的成功，有实现弯道超车的，也有栽倒在离成功不远的地方的。这些案例包括国美、苏宁、长虹、海尔、索尼、美的、格力等传统零售商和制造商，也包括一些传统的互联网企业在移动互联网时代如何生存，如手机 QQ、百度、慧学院、58 同城等。

本书是一本现实版的案例指导书，以这些案例为镜子，可以找到我们企业在互联网时代的方向，并成功实现化“危”为“机”。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+时代：传统企业化危为机 / 马振贵编著. —北京：电子工业出版社，2015.8
ISBN 978-7-121-26314-9

I. ①互… II. ①马… III. ①互联网—影响—传统产业—研究—中国 IV. ①F124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 129414 号

策划编辑：张月萍

责任编辑：葛 娜

印 刷：北京天来印务有限公司

装 订：北京天来印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编：100036

开 本：720×1000 1/16

印张：13.25 字数：160千字

版 次：2015年8月第1版

印 次：2015年8月第1次印刷

印 数：4000册 定价：39.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

前言

互联网时代的浪潮几乎席卷了所有的行业。作为一股新兴力量，互联网正在给传统行业带来巨大的冲击。有很多观察家认为，互联网会利用其自身优势蚕食传统行业的市场空间和利润空间。事实上，国家提出的“互联网+”的本质是做加法，而不是做减法。“互联网+”强调的是增量市场的开拓，从而达到大众创业和万众创新的目的。这里有一个本质的区别，就是互联网不是吞并传统企业，而是让传统企业挂上互联网的翅膀，借助互联网技术以及互联网的创新力量，催生一个全新的市场。此时，一些新的产品和应用将出现，给用户带来更多的方便和选择。

马云曾经用“看不见、看不起、看不懂、来不及”总结电商的发展阶段，这些阶段同样能应用于互联网企业和传统企业。传统企业最早看不起互联网，因为网络给企业带来的收益简直微乎其微，而随着互联网时代的到来，传统企业又到了“来不及”的阶段。本书旨在通过剖析一些案例，找到传统企业化转危机的方法。

通过本书，笔者希望传统企业能认识并解决这些问题：

- 传统行业如何与互联网结合？
- 如何实现真正的互联网化？
- 如何避免行业的淘汰或产业的淘汰？
- 传统企业如何在危机中找到机会？

IV | 互联网+时代： 传统企业化危为机

- 互联网上怎样找到消费群体的痛点（用户需求）？
- 互联网上如何找到反应更快速的营销模式（盈利模式）？
- 互联网上如何找到更垂直的渠道（把成本让利给消费者）？
- 互联网上如何把握产品的市场定位（垂直或者更精细化）？
- 传统企业之前品类单一，如何实现多品类快速发展？
- 电商大战，如何利用营销真正实现盈利和获取更多用户？
- 做互联网和移动互联网，大数据有多关键？该如何利用？
- 如何实现互联网时代的整合营销？
- 如何解决人们真正的需求？
- 如何打通线上和线下一体化的销售体系或流量体系？
- O2O 的营销模式有什么变化？
- O2O 应该具备什么样的服务形式？
- 如何玩转 O2O？
- 90 后一族的消费趋势和眼球在哪里？
- 如何利用海量数据影响人与人之间的关系？
- 如何真正利用互联网连接一切？

坚持，坚守，用一种平实的角度来解读产业和行业的变迁，这是笔者一直追求的，也希望本书能真正帮你的企业解惑并实现弯道超车。

编者

目 录

第 1 章 透析互联网下的机会 / 1

为什么说是互联网时代 / 2

互联网时代，网站站长的逆袭 / 4

健康行业的智能化发展 / 8

酒店行业的智能化应用 / 10

娱乐行业的“粉丝经济” / 14

传统娱乐：上一步天堂，下一步地狱 / 15

技术+实体业务，打造互动娱乐产业链 / 16

腾讯互娱增发船票，娱乐巨头趋之若鹜 / 18

第 2 章 传统企业互联网之战 / 20

浅谈传统企业进入互联网的几种方式 / 21

移动互联网广告宣传 / 22

搭建企业 Web 移动官网 / 22

社会化媒体移动终端推广 / 23

自主研发移动终端应用产品 / 24

借助外力打造企业专属 App	/ 24
谁来助中小企业在移动互联网弯道超车	/ 25
高端家电市场有需求痛点吗	/ 28
自动零售能否借移动商务突围	/ 31
家电行业的发展向细分化挺进	/ 34
软件+模式的苹果毒害到家电业了	/ 37
小微企业的互联网安全防护	/ 40
家电企业线上子品牌发展能纵深化吗	/ 43
家电企业用户互联网化是趋势	/ 43
跨界需要强强联手	/ 44
谁的平台，谁的主场	/ 45
智能电视，究竟谁更懂用户的需求	/ 47
用户的需求很重要	/ 47
产品力是做出来的	/ 48
家庭智能中枢应用会越来越多	/ 49
最适合长虹的互联网合作伙伴猜想	/ 50
交互的合作伙伴非百度莫属	/ 51
大数据合作，IBM 是重要支点	/ 52
腾讯是长虹不可错过的合作伙伴	/ 53
重塑“互联网基因”的海尔“新文化运动”	/ 54
体验车联网，GOLO 让你先从好玩开始	/ 57
APEC 蓝之后的智能净化器	/ 61
索尼终于要扛不住了吗	/ 64
海尔和小米，PK 的是什么思维	/ 67
免费电话大战纵深化，运营商怎么看	/ 69
免费电话时代来了	/ 69

挤兑运营商的空间	/ 70
会不会打开一个新局面	/ 71
二手车到底该怎么做? C2C 还是 C2B	/ 72
专车模式是杠杆, 还是先驱	/ 75
现在家庭到底需要什么样的智能电视	/ 78
移动互联网电视重在生态	/ 79
用户的需求是关键	/ 80
好玩就能吸引住用户	/ 81

第 3 章 互联网企业也在转变 / 83

上市互联网公司该具备什么移动特性	/ 84
互联网企业融资 1 亿美元后该怎么花	/ 88
双 11 为何国美在线要盯着京东	/ 90
通过大数据来看双 11 的电商厮杀	/ 93
国美在线力拼京东	/ 94
透过现象看趋势	/ 96
比价会不会成为长效机制	/ 96
垂直电商试水多品类是救赎还是盲目扩张	/ 98
互联网金融, 百度彰显大数据优势	/ 101
从 58 同城求贤若渴看其精细化发展布局	/ 103
求贤若渴: 策略发展带来的刀光剑影	/ 103
分类信息布局: 从覆盖到精细的变迁	/ 104
变革时代: 这条路终有人会走下去	/ 106
手机品牌电视广告能呈现什么	/ 106
文化营销传达品牌内涵	/ 107

出位创意把握节日时机	/ 108
夺人眼球的营销模式: 线上+线下	/ 109
农村电商不仅仅是消费, 更重要的是落地	/ 114
三农电商小火慢炖	/ 114
落地才是关键	/ 115
农村市场前途广大	/ 117
母婴类垂直电商C轮融资1亿美元, 能否成为中国的Zulily	/ 119

第4章 移动互联网下的玩法 / 122

自媒体时代, 微信的五种新玩法	/ 123
微云收藏	/ 124
不可错过的每份邮件	/ 125
多人群聊	/ 126
找找附近的人	/ 126
热点新闻资讯不可少	/ 127
移动营销: 承诺为王的时代	/ 128
“二人转”引发的移动互联网营销策略思考	/ 131
电商营销区域特点很重要	/ 131
营销“混搭”模式是一种风潮	/ 132
移动互联网时代的营销特点	/ 133
整合营销, 从娱乐到电商的盛宴	/ 134
京东10亿元红包引爆618的移动端	/ 137
就是任性! 手Q春节砸30亿元红包	/ 140
手Q发力陌生人市场的醉翁之意是什么	/ 143
众筹回家路, 互联网金融唤醒正能量	/ 145

众筹回家路，京东众筹航班载满爱 / 146

众筹的“马太效应”逐渐显现 / 148

第 5 章 O2O，互联网企业和移动互联网的强强联合 / 150

百度支点效应凸显，糯米的 O2O 变局 / 151

互联网营销，都在玩，你咋玩（O2O 模式） / 155

究竟什么是互联网教育？碎片化、大数据和 O2O / 158

打通终端融合需要服务先行 / 162

O2O 落地带来的发展机会 / 166

QQ 开放战略的痛点在哪里 / 170

开放和连接 / 170

QQ 开放带来的改变 / 171

QQ 全覆盖之后的问题 / 173

第 6 章 移动互联网时代怎么玩 / 175

社交平台的移动化发展是不可逆转的趋势 / 176

移动即时社交为何会风靡年轻族群 / 178

云社交是不是一种噱头 / 182

云社交不是噱头，是移动互联网时代的需求应对 / 182

百度主张云端社交的原因何在 / 183

移动互联网时代社交应用的宽泛化 / 184

海量时代，我们需要什么样的社交 / 185

新版手机 QQ 的群视频打通了什么 / 188

慧学院能否点燃 K12 在线教育的兴趣点 / 190

乐视贾跃亭致信苹果，掀起移动互联网趋势大探讨 / 193

跨平台、跨设备应用或将成为一个新热点 / 197

未来是个云生态体系 / 200

第 1 章

透析互联网下的机会

为什么说互联网时代

互联网时代，网站站长的逆袭

健康行业的智能化发展

酒店行业的智能化应用

娱乐行业的“粉丝经济”

2015年3月5日上午，国务院总理李克强在今年的政府工作报告中提出，政府将制定“互联网+”行动。“互联网+”在网络上是个非常热的词，出现在政府报告中，可见它的热度。“互联网+”第一次纳入国家经济的顶层设计，对于整个互联网行业，乃至中国经济社会的创新发展意义重大。

而本书站在互联网角度，考虑：

- 传统行业如何与互联网结合？
- 如何实现真正的互联网化？
- 如何避免行业的淘汰？
- 如何在危机中找到机会？

为什么说互联网时代

整个2014年，有一个纪录片特别的火，那就是央视拍的《互联网时代》，它是中国第一部也是全球电视机构第一次全面、系统、深入、客观解析互联网的大型纪录片。在百度搜索中，我们看到，“互联网时代”这个词有10亿次的搜索量，可见其灼灼的热度！！！！

互联网时代，抽象来说，是指在电子计算机和现代通信技术相互结合的基础上构建的宽带、高速、综合、广域型数字化电信网络的时代。简单来说，就是一个互联一切的时代，在这个时代中，世界是平的，人与人之间通过网络拉近了距离。

人们几乎每天都要与网络打交道，“网”已经成为日常生活中不可或缺的一部分，说得恐怖一些，人们已经被这张网吞噬了，因为失去这张网，我们已经觉得生活都不能自理了。

在互联网时代，网络无处不在，我们可以在网上看书、看电影，可以用手机上网看新闻，可以搜索资料，查找全世界的论文，这正是互联网时代无所不在的计算、无所不在的数据和无所不在的知识。也正是这个原因，总理提出了“互联网+”的创新概念，传统企业要想突破，不用互联网方式思考问题，就会失去目前的互联网这一代用户。所以，很多人说，现在是产业互联网时代（更加细分互联网时代）。

互联网时代有哪些特征呢？

（1）互联网时代是信息时代，到处泛滥着各种信息，但如何让别人能看到你的信息，则成了一件很麻烦的事儿。

（2）互联网时代是多元时代，360行都可以与互联网相连并相互渗透，跨界融合也是互联网特色。

（3）互联网时代是追求高效率的时代，连雷军都说“唯快不破”，可见效率对互联网企业来说有多么重要，更新迭代就是新时代企业的不断追求。

（4）互联网时代是开放的时代，自由、开放、共享是互联网的主旨，当然这并不是说盗版会泛滥，而是说我们可以借助一些开放信息，让大家站在同一个起跑线上。

我们有幸生在这样一个时代，如果不是互联网企业，该如何利用互联网实现我们的逆袭呢？

中国互联网协会常务副理事长高新民认为，一方面，传统行业要借助互联网的力量，从互联网的思维出发，仔细研究互联网环境下产业的走向问题，积极应对在互联网迅速发展下所带来的危机；另一方面，互联网企业需要担负起自身责任，从理念、战略定位和经营方式上向传统行业提供相关的咨询型服务，从而使两者在产业互联网时代共同迅速发展。

现在，我们的这个时代是一个高速发展的时代，互联网已经成为人们必不可少的东西。国民经济已经离不开互联网，大众消费也离不开互联网，而最终的一切，都会离不开互联网。

互联网时代，网站站长的逆袭

站长，是拥有独立域名的网站，通过互联网和网站平台向网民提供资讯、渠道、中介等网络服务的个人。随着互联网的普及，出现了一群特殊的人，他们共有一个名字叫作“站长”。

众所周知，在传统互联网时代，站长们曾经非常风光，并且也取得了不错的成长经历，包括财富。不过进入到互联网时代，站长们却没有继续抢占到制高点。其实仔细衡量一下，也好理解。因为在互联网时代，他们已经获得了一定的成功，并且借此获得了不错的收益。不过也许是熟悉了这种模式的发展，在移动互联网时代没有及时把握住机会，倒是

一些新兴创新者抓住了机会。

本来在移动互联网时代照样还是草根阶层能率先嗅到一种新的发展机会，但很遗憾的是，我们没有看到这种灵敏的嗅觉在草根站长们身上出现。包括新进入到互联网时代的创业者也没有及时掌握住这种脉动，进而迅速跟进。我们看到无论是打车 App 的出现，还是微信的火爆，都是大公司驱动带来的一种良性循环。而草根逆袭的机会和案例并不是很多，甚至几乎没有。这是令人遗憾的。那么，草根站长们应该如何拥抱移动互联网？或者说，如今再转战移动互联网，草根站长们还能逆袭吗？这对站长们来说是更重要的。

2014 年 5 月 10 日，第九届中国互联网创业者大会召开，主题就是共建移动创业生态圈。探索站长们的转型之路应该如何走。在传统互联网时代，站长们的特点之一就是社区发展的模式比较强，人气也很旺。那么进入到移动互联网时代应该如何发展这种模式呢？康盛总裁、微社区负责人陈亮的《传统社区如何进军移动互联网》值得我们去思考。其中微社区的特点是微社区适应移动端需求，简单、轻量化；微社区满足用户在移动端的兴趣交流需求；同时，微社区把公众账号的交流变为 Web 2.0 模式。

站长们又该如何营造自己的微社区？很大一个特点是腾讯在移动互联网时代的能力太强悍了，既然这个平台能够堆积起足够的流量和人气，那么进入到这个平台中挖掘新生力量和技术创新带来的发展机会就变得非常重要。如今，微社区所在的微信、手 Q、空间等平台拥有海量用户，加上社交关系链传播，微社区是一个天然的用户资源池。相比推广一个

独立 App 来说，微社区的用户获取成本非常低。况且，除了给站长们开放 Discuz! 的技术、开放腾讯的能力之外，现在还开放了用户资源。这是非常关键的一点。至于为何选择微信平台，相信大家都应该理解。微信是最大的移动用户入口，其实就这一点已经足够了。再加上，微信的推送功能与社区的 UGC 内容天生互补。

再说说 Discuz!。站长们想必都清楚在自己的发展中，借助了多少 Discuz! 的技术，在其 10 多年的发展历史中，一直在帮助站长创业，这一点很重要。简单回溯 Discuz! 的历史，2005 年免费开源，2008 年推出漫游，2010 年推出云平台，2013 年又推出了微社区。每一次的变化，都在引领站长们挖掘新的发展机会。

进入移动互联网时代，跨界的合作以及由此带来的机会也悄然来临。比如旅游网站也可以进行跨界相亲节目等。其中的纽带就是移动端的微社区，因为用户的移动化已经是大势所趋，更多的用户逐渐熟悉了移动交流方式，并且把自己的更多活动和兴趣点都放在了移动端，因此建立在移动端的任何应用都存在着机会，关键是如何挖掘内在的驱动性和关联性。借助移动工具，比如通过二维码等接入方式，再加上一定的利益驱动，会激发更多的用户热情。这也是目前移动端活动最常用的一种方式。

为何要利用微社区这个纽带？很简单，因为这里聚集了衔接的机会和露脸的外延。目前，微社区已经打通了微信和手机 QQ。在微信端，用户可以将内容分享到微信朋友圈；在手机 QQ 端，用户可以将内容分享到手机 QQ 空间与微博。这样做的好处是什么？首先是 PC 端的社区核