

一本书 (图解版) 读懂 “互联网+”

IDKW图解中心 编著

采用图解形式，告诉你“互联网+”如何落地

用简单的图形解答复杂的问题

不管你是谁，都应该知道“互联网+”

利用碎片化时间，掌握关键知识点

双色内文，让阅读不再枯燥



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

一本书读懂 (图解版)

IDKW图解中心 编著

“互联网+”



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

一本书读懂“互联网+”：图解版 / IDKW图解中心
编著. — 北京：人民邮电出版社，2015.6
ISBN 978-7-115-39337-1

I. ①一… II. ①I… III. ①互联网络—图解 IV.
①TP393.4-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第099356号

内 容 提 要

本书采用图解形式对“互联网+”这一概念进行了全新解读，从“互联网+”与人们生活的关联讲起，通过列举各行各业与“互联网+”相结合的案例，全面解读了“互联网+”和个人的关系、如何利用“互联网+”创业、“互联网+”带来了哪些商业变革、如何利用“互联网+”赢得粉丝等读者十分关心的热点问题。本书图文并茂，读者利用零散时间，就能迅速了解“互联网+”的知识。

本书适合企业管理者、创业者、投资者、高校相关专业师生等想运用“互联网+”改变未来生活的人士阅读。

◆编 著 IDKW 图解中心

责任编辑 刘 盈

责任印制 焦志炜

◆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>

北京天宇星印刷厂印刷

◆开本：700×1000 1/16

印张：12.5

2015 年 6 月第 1 版

字数：166 千字

2015 年 6 月北京第 1 次印刷

定 价：39.00 元

读者服务热线：(010)81055656 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



在 2015 年全国两会上，李克强总理的政府工作报告提出了“互联网+”行动计划。一夜之间，“互联网+”迅速成为了一个热门词汇，引起了广泛关注与几千万次的转发。

李克强总理将“互联网+”写进政府工作报告，并将其放到重要的战略地位上，无疑表明了国家高度重视互联网在推动经济社会发展中的作用，这是全行业升级与转型时代到来的标志，无疑给身处“互联网+”时代的各行业从业者带来了巨大的激励和新的思考。

如何主动拥抱“互联网+”时代新思维？

如何适应“互联网+”带来的商业变革？

如何抓住“互联网+”时代的创业机遇？

如何在日趋激烈的竞争中保持竞争优势？

如何在社交网络赢得更多的用户和粉丝？

如何使“互联网+”落地创造更多价值？

本书采用新颖的图解模式对“互联网+”这一概念进行了全新解读，寓意于形，带领读者迅速融入“互联网+”世界。

本书具有以下两个特点。

1. 以应用为中心，以有用为标准，以使用为落脚点

如果你还不知道什么是“互联网+”，那么建议你赶快翻阅本书；如果你听说过却不甚理解“互联网+”，那么建议你赶快查阅本书；如果你想“互联网+”时代开拓一片属于自己的天地，那么你需要更详细地阅读本书。

本书既传授知识，又引导思考，还指点行动。

2. 专业知识+精准图解+现实案例+明快语言

本书共包含6个模块：“互联网+”与你有何关系、“互联网+”时代的创新与升级、“互联网+”时代的创业之路、“互联网+”时代的商业逻辑、“互联网+”时代的营销革命、“互联网+”该如何落地。

本书与众不同的章节架构和展现形式，既使阅读变得更轻松，又使理解变得更深刻。

衷心希望读者在阅读本书之后能有所收获。

最后，感谢王淑燕、刘伟、程富建、姚小风、李作学、程淑丽、毕春月对本书的框架和体系给出了具体的思路和修改意见，感谢王春霞、高春燕、徐滕、张天骄、陈里、史册、王琴、贾晶晶提供了部分素材，感谢齐艳霞、王胜会、姜娣、蔚星星、金成哲、黄成日、杨茜审阅了部分内容，感谢贾月、孙立宏、罗章秀、刘井学为本书做了图形和版式设计。

好书推荐

基本信息

书名：《大融合：互联网时代的商业模式》

作者：【美】鲍勃·罗德（Bob Lord）

【美】雷·维勒兹（Ray Velez）

定价：49.00 元

书号：978-7-115-37625-1

出版社：人民邮电出版社

出版日期：2015 年 1 月



推荐理由

- ★ 世界最大的数据营销机构、移动互联网时代最强大的商业模式改革者——睿域公司前任全球 CEO 以及现任全球 CTO 合著。
- ★ 总结了思科、奔驰、谷歌、微软、亚马逊、苹果等科技创新型企业所推崇的融合理念。
- ★ 帮助普通企业画出了商业融合路线图，指引企业创造极致客户体验，抓住下一波创新机遇。

媒体评论

《大融合》很好地解释了为什么营销和科技以前所未有的态势交织，你的企业该如何做才能更好地适应这一趋势。如果你的工作是代表品牌进行沟通，如果你正在寻找互联网时代的创新商业模式，让企业在市场秩序被打乱的时代繁荣发展，那么这本书就是为你准备的。

蒂姆·阿姆斯特朗 AOL 公司主席兼 CEO

我们正处于科技和营销相互交融的时代，作为 CEO，我知道理解和适应这种强大的变化是至关重要的。《大融合》不仅仅解释了诸如大数据、云计算、普适计算等最新科技手段的价值；还解释了领导者该如何赋予团队持续发展的力量。它应该会引发一些非常有意义的交流。

山塔努·纳拉延 Adobe 公司总裁兼 CEO

《大融合》展示了建立在合作创新基础上的未来视角，通过剖析 AXE、奥迪、奔驰、亚马逊、苹果公司、谷歌等企业植入融合性思维、带来市场新秩序的过程，展示了令人信服的未来图景，那时创意与科技相互交融，大数据成为最有力的武器。

保罗·肯普罗宾逊 Contagious Communications 杂志共同创办人兼主编

编辑电话：010-81055636 读者热线：010-81055656 81055657

CHAPTER 第1章 1 “互联网+”与你有何关系

1.1 什么是“互联网+” // 2

互联网与
“互联网+”

3

在新的领域
创造新的形态

8

什么推动了
“互联网+”

9

1.2 “互联网+”离你有多远 // 13

“互联网+”
时代来临

13

“互联网+”
连接一切

15

要么被颠覆，
要么主动颠覆

17

1.3 “互联网+”时代，你能做什么 // 20

互联网不仅是技
术，更是思想

20

用互联网思维
工作和生活

23

“互联网+”与
“全民创业”

28

CHAPTER 第2章 2 “互联网+”时代的创新与升级

2.1 “互联网+”时代的思考方式 // 34

“互联网+”时
代的互联网思维

34

少即是多，简约
即是美

36

自下而上地
思考问题

42

2.2 “互联网+”改变了什么 // 45

推动传统行业
换代升级

45

催生并推动新兴
产业发展

49

2.3 “自时代”来临 // 52

“自”概念受青睐

52

自媒体与草根
文化

56

每家公司都是
自媒体

60

CHAPTER

第3章

3

“互联网+”时代的创业之路

3.1 如何运用互联网思维创业 // 66

选项目——
痛点思维

66

抓时机——
大数据思维

71

找资源——
平台思维

75

寻定位——
标签思维

79

做推广——
社交思维

82

3.2 “互联网+”时代创业的要点 // 86

让商业回归
民主化

86

产品和服务
融为一体

90

CHAPTER

第4章

4

“互联网+”时代的商业逻辑

4.1 免费：可持续盈利之道 // 94

免费是如何
发生的

95

免费背后，钱从
哪里来

99

不做“一锤子
买卖”

105

4.2 跨界：颠覆与融合的新浪潮 // 107

互联网思维
重构企业

108

融合势在必行

111

泛互联网化与
社会化思维

116

4.3 转型：商业模式创新与运营模式再造 // 121

拥抱“互联网+”
时代

121

大数据驱动
运营管理

121

CHAPTER

第5章

5

“互联网+”时代的营销革命

5.1 从“产品—营销—客户”到“用户—营销—产品” // 126

传统营销将死

127

消费者话语权
时代到来

128

5.2 从“客户”到“用户” // 133

有粉丝，才会有
品牌

133

经营粉丝，打
造“粉丝经济”

137

5.3 从“产品至上”到“体验至上” // 141

用户体验的核心：
参与感

141

用户参与的
途径：互动

145

5.4 从“营销”到“传播” // 148

自带媒体属性的
产品

148

口碑传播与
分享

152

5.5 从“大鱼吃小鱼”到“快鱼吃慢鱼” // 155

小步快跑，
快速迭代

155

盯紧市场，
应需而变

159

CHAPTER

第6章

6

“互联网+”该如何落地

6.1 不换思想就换人 // 164

从“个性化”到
“人性化”

164

从“小众”到
“长尾”

170

从“微创新”到
“颠覆式创新”

175

6.2 管理模式的转变 // 182

快速响应的
扁平化组织

182

实时化、互联网化
和移动化管理

187



Chapter 1

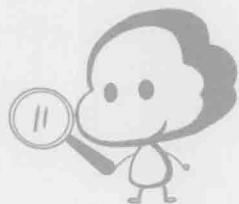
第 1 章

“互联网+”与你有何关系

1.1 什么是“互联网+”

2015年3月5日上午，李克强总理在十二届全国人大第三次会议政府工作报告中提出制定“互联网+”行动计划。

制定“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。

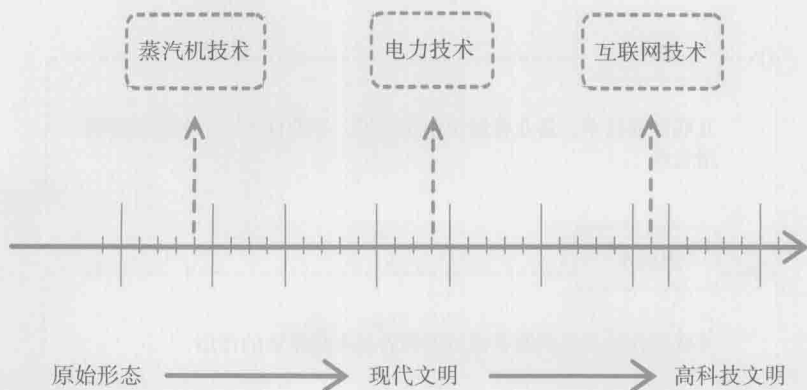


——国务院总理 李克强

移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代互联网技术与各行各业结合，促进了电子商务、工业互联网和互联网金融等新兴业态的发展，这已经不仅仅是经济领域的焦点话题了，越来越多的人开始讨论“互联网+”，不得不说，这个名词火了。

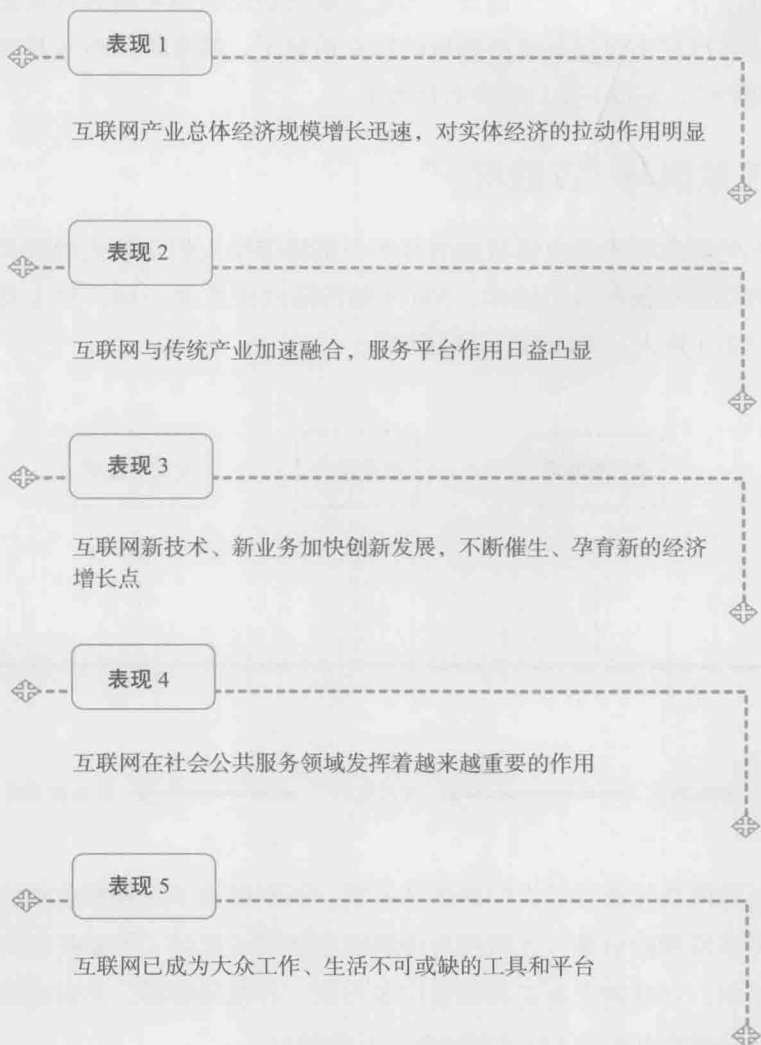
互联网与“互联网+”

凡是能改变人类生活习惯的技术，都将带给人们足够大的进步。互联网和100年前的电力技术、200年前的蒸汽机技术一样，对人类经济社会产生了巨大、深远而广泛的影响。

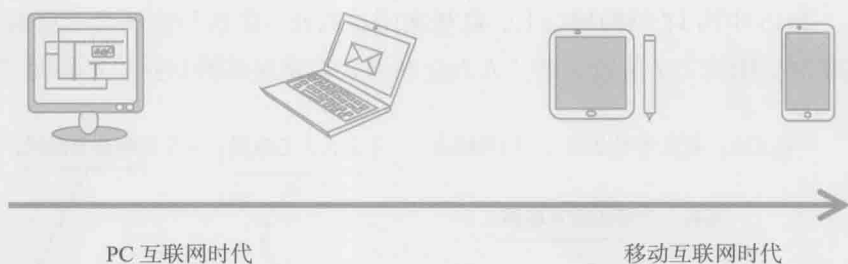


互联网首先改变了人们的生活习惯，其次颠覆了各种商业模式。作为新经济发展的引擎，互联网对传统的经济模式起到了革新甚至是颠覆性的影响，互联网产业正在加速向各行业、各领域渗透，其创造的全新发展模式也产生了巨大的经济及社会效益。

互联网的影响和地位日益突出

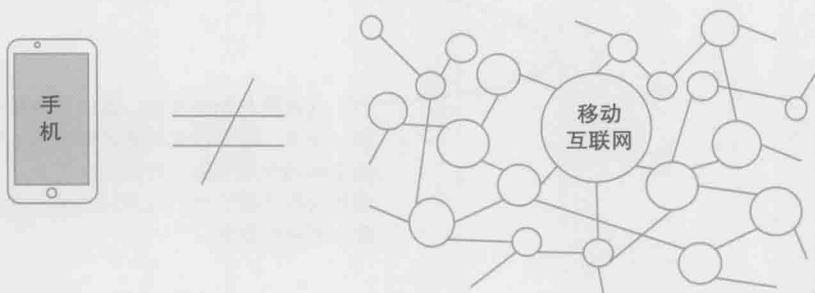


进入移动互联网时代后，移动互联网由于使用者数量庞大、随时随地应用并与迅速发展的物联网连接畅通，已经快速且深刻地改变了周遭的一切。互联网在其他产业中产生的影响力也越来越大。



简单来说，移动互联网是移动通信和互联网二者结合的产物，互联网的技术、平台、商业模式和应用与移动通信技术成为一体。

很多人以为移动互联网就是手机，实际上这种观点是错误的。手机确实排在移动上网终端的首位（数据显示：截至2014年4月，我国移动互联网用户总数达8.48亿户，在移动电话用户中的渗透率达67.8%；手机网民规模达5亿，超过总网民数的80%），但是手机并不等于移动互联网！



1. 移动互联网的未来形态是移动的，可以在不同的地方以不同的设备接入云中的“个人计算机”，而不仅仅局限于手机。

2. 未来的移动互联网将成为每个人的“个人计算机”，其显示终端是任何一种具备显示屏的终端：台式机、笔记本、手机、腕表、相机、公共查询机、ATM机……

2015 中国 IT 领袖峰会上，联想集团总裁兼首席执行官杨元庆总结了互联网应用的三个阶段，即“人人互联网、物物互联网和业业互联网。”

杨元庆：我认为可以用三个词来概括，一个是人人互联网，一个是物物互联网，

还有一个是业业互联网。

○ 越来越多的人用各种设备，如手机、iPad、计算机，在任何地方都可以方便地接入互联网并获取他所需要的信息，享受他所需要的服务。

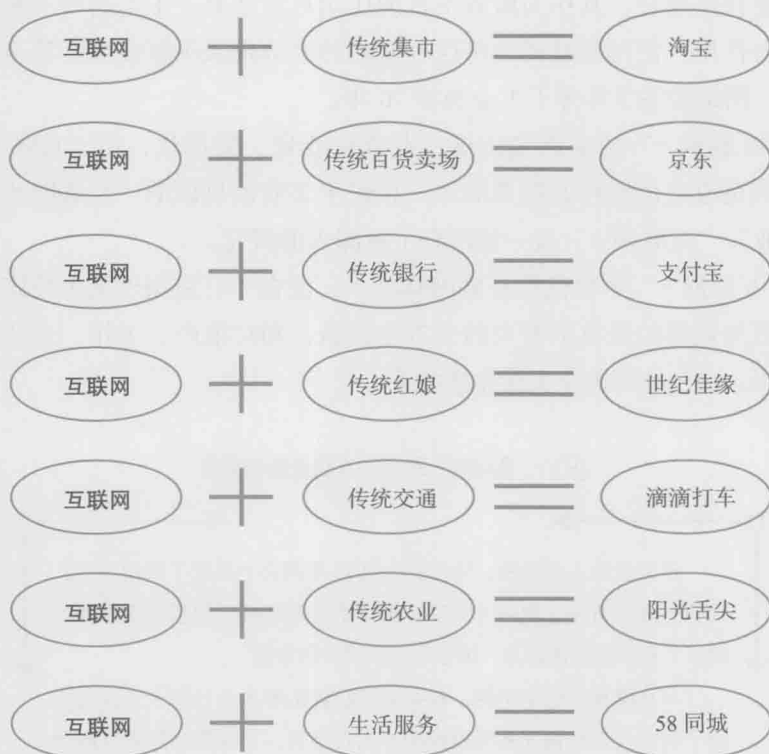
○ 这是物与物的连接，也就是物联网；未来，越来越多的家庭智能设备会变得越来越智能，并连到网上去。当然这些不是目的，因为这些设备将带来更高的效率。

○ 不管是工业互联网还是行业互联网，互联网跟各行各业结合，才使得这些行业进入到下一个阶段。我们现在所谈的智能制造也好，工业 4.0 也好，大概都跟这个有关系。

“物物互联网”表面是万物互联，其实它是大数据、互联网、智能硬件、可穿戴、智能制造的结合体；所谓的“业业互联网”，也就是“互联网+”。可以说，万物互联促成了“互联网+”的实现。

实际上,在“互联网+”被提及之前,互联网金融、互联网教育、互联网医疗、互联网媒体等领域都已经有了不同程度的发展,“互联网+传统行业”模式的探索与尝试已经在各领域展开。

“互联网+”在各领域的探索



由此可见,所谓的“互联网+”实际上可以用下面这个公式来表示。

$$\text{互联网} + \times \times \text{传统行业} = \text{互联网} \times \times \text{行业}$$

当然,“互联网+”的实际效果绝不是简单的相加而已,它不是简单地通过互联网营销或宣传,而是借助互联网的优势完成对产业的重新定义。