

互联网+ 红利时代

传统企业互联网转型实战

胡世良◎著

INTERNET+ ERA
the
Transformation
of
Traditional
Businesses

透彻剖析互联网+**五大商业模式**，深刻解读互联网+**七大案例**
高度凝练企业转型**五大关键要素**、**八大策略**以及独家“**六步法**”秘籍
助力推进互联网+行动计划，积极践行国家战略行动路线图



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



互联网+ 红利时代

传统企业互联网转型实战

胡世良◎著

INTERNET+ ERA
the
Transformation
of
Traditional
Businesses

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+红利时代：传统企业互联网转型实战 / 胡世良著. — 北京：人民邮电出版社，2015.9
ISBN 978-7-115-40172-4

I. ①互… II. ①胡… III. ①互联网络—应用—企业管理 IV. ①F270.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第182589号

内 容 提 要

本书以“互联网+”为主线，对“互联网+”的本质、“互联网+”的产业形态、“互联网+”的五大商业模式进行系统阐述和总结，并结合大量典型案例，对传统企业如何推进互联网转型进行了分析，提出互联网转型六步法以及传统企业互联网转型的五大关键成功要素和八大策略，对互联网企业、传统企业、IT企业、创新创业者在“互联网+”时代实现创新发展、转型发展具有重要参考价值。

本书适合互联网行业、传统行业、新创企业、IT行业、政府监管部门、投融资行业等从业人员阅读，同时本书也适合对“互联网+”有着浓厚兴趣的读者、研究人员以及高校的广大师生等相关人士参考。

-
- ◆ 著 胡世良
 - 责任编辑 刘 洋
 - 责任印制 彭志环
 - ◆ 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>
 - 北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本：700×1000 1/16
 - 印张：17.5 2015年9月第1版
 - 字数：263千字 2015年9月北京第1次印刷
-

定价：49.00 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



作者简介

胡世良，毕业于上海财经大学，经济学硕士，现就职于中国电信上海研究院，总工助理。专注于电信和互联网商业模式、战略规划、企业运营管理研究工作，被中国信息产业网聘为特约专家。迄今在《通信企业管理》《中国电信业》《邮电经济》《人民邮电》报等报刊杂志发表数百篇论文，著有《赢在创新：产品创新新思路》《移动互联网：赢在下一个十年的起点》《移动互联网商业模式创新与变革》和《互联网金融模式与创新》等广受市场欢迎和读者好评的畅销书籍。

2015 年注定成为“大众创业，万众创新”元年。春节刚过，年度热词便接二连三地出现，从娱乐界的“duang”到媒体界的“穹顶之下”，再到科技界乃至国家层面的“互联网+”。

自 1994 年我国接入国际互联网以来，经过 20 多年的发展，我国互联网的发展取得了举世瞩目的成就，互联网同 100 年前的电力、200 年前的蒸汽机一样，对人类社会经济发展产生巨大、深远而广泛的影响。截至 2014 年年底，我国宽带用户突破 2 亿，互联网用户达到 6.49 亿，互联网普及率达到 47.9%，移动互联网用户达到 5.57 亿，移动互联网渗透率达到 85.8%，而且互联网的快速发展席卷了社会生产、生活的方方面面，各种新业务、新模式、新技术、新公司不断涌现。同时，互联网与广告、零售、金融、交通等传统行业的结合，造就了百度、阿里巴巴、腾讯、京东等优秀互联网企业。互联网的快速发展，为全面推进“互联网+”战略奠定了坚实的基础。如今我们正阔步进入“互联网+”时代。

李克强总理在 2015 年《政府工作报告》中提出，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。“互联网+”首次被写入《政府工作报告》，“互联网+”已上升为国家战略。

2015 年 7 月 1 日，国务院正式印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，

提出 11 项行动、40 项重点发展任务、7 方面政策举措和 25 项具体措施，这必将进一步推动互联网与各行业深度融合，加快形成经济发展新功能，促进中国经济加速转型升级，也标志着“互联网+”这一新兴产业模式在推动我国经济由要素驱动向创新驱动转变中具有不可替代的作用。“互联网+”是在我国互联网经过 21 年的发展取得巨大成就的基础上提出的，“互联网+”是在我国经济新常态、经济下行压力过大的形势下提出的，“互联网+”是在我国大力推进创新驱动战略的背景下提出的，“互联网+”是在我国大力鼓励“大众创业、万众创新”的浪潮下提出的。“互联网+”的提出具有划时代的历史意义，其肩负着我国经济转型升级的重任，互联网+经济将成为新常态下的经济增长新引擎。

李克强总理曾指出：“站在‘互联网+’的风口上顺势而为，会使中国经济飞起来。”虽然“互联网+”对 GDP 增速的拉动没有明确的数字，但贡献一定非常大，毫无疑问，“互联网+”在经济增长中已经扮演越来越重要的角色。“互联网+”不仅要求传统行业加快推进互联网转型，“互联网+”更是创新驱动的新引擎，蕴含着推动中国经济朝着更智慧、更环保的方向发展的强大动力，“互联网+”和“一带一路”战略为各行各业带来巨大的发展机遇。

“互联网+”行动计划将重点促进以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等的融合创新，未来中国将培育更多的新兴产业和新兴业态，形成新的经济增长点，为大众创业、万众创新营造良好环境，为产业智能化提供支撑，促进经济社会各领域的融合发展，增强新的经济发展动力，打造中国经济转型升级的升级版。

近年来，中国面临着较大的经济下行压力，2015 年上半年我国 GDP 同比增长 7%，增速有所回落，但经济运行总体呈现“缓中趋稳、稳中向好”的良好态势。然而，很多传统产业遭遇寒冬，但互联网却展现了蓬勃的生机和巨大的前进动力。从零售、金融、家电、教育、汽车，到交通、农业、房地产、旅游、制造甚至医疗和能源，都在因互联网而发生着重大改变，互联网也为各行各业的发展注入了强大的活力，而且对传统行业的升级换代起到了重要推动作用。

如今，“互联网+”成为大众议论的热词，“互联网+”成为各行各业的风向标，传统企业纷纷寻求与互联网企业的突破性合作。传统行业与互联网的结合，成为中

国产业未来转型升级的重要方向。“互联网+传统产业”是当下和未来的发展趋势，也是传统企业摆脱创新能力不强、持续发展面临压力、员工缺乏活力等发展瓶颈的根本出路，“互联网+”行动计划更为传统企业的创新发展带来了绝好机会。急剧变化的新形势倒逼传统企业要主动拥抱互联网，加快推进互联网转型，要借助互联网实现自身发展模式的转型升级，打造从内容到平台，到服务的新模式，主动去适应“互联网+”带来的机遇和挑战。

“互联网+”的核心是要打破各种传统界限和条条框框，用“互联网+”的思维推动产业融合和发展；“互联网+”是一种新的经济形态，以创新促进新技术、新产品、新业态不断涌现；“互联网+”是一种思维模式的突破，不能固守传统的思维定式，要积极拥抱互联网；“互联网+”是一种新的生产方式和手段，它助推企业转型升级，提升效率；“互联网+”是一种新型生态，加强产业联合，实现跨界融合是大势所趋。

我长期研究移动互联网，这次借两会提出“互联网+”的东风，应出版社之邀，就着手《互联网+红利时代：传统企业互联网转型实战》这本书的写作，经过几个月的努力，本书终于顺利完成。本书以“互联网+”为主线，立足于转型发展，对“互联网+”的本质、“互联网+”的产业形态、“互联网+”的五大模式、传统企业互联网转型以及“互联网+”的7个案例等问题进行了详尽阐述，本书共分九章，本书的研究成果对全面推进“互联网+”战略的社会各界具有较高的参考价值。

本书在写作过程中，查阅和参考了大量资料，这里不一一列出，在此，对诸多作者表示由衷的感谢！本书之所以能快速面世，更是得到了人民邮电出版社刘洋老师的鼎力支持，在此表示感谢！

互联网让一切皆有可能。“互联网+”是经济新常态的一个典型特征，中国经济将在“互联网+”行动计划的引领下，以创新为驱动引擎，不断融入新思维、新技术、新产品、新业态。互联网的东风，必将不断推动经济的转型升级，“互联网+”也必将为传统企业的互联网转型插上腾飞的翅膀，我国未来必将涌现出越来越多的世界级互联网企业。

“互联网+”时代，机遇和挑战同在。面对机遇，我们不能错过；面对挑战，我们要攻坚克难。只有跟上这个伟大时代的节奏和步伐，我们才能迎来更加美好的未来！

第一章

迎接“互联网+”时代 // 001

互联网化大潮来袭 //003

互联网的发展推动经济增长 //006

“互联网+”成为经济新常态 //009

“互联网+”表现出强大的生命力 //010

“互联网+”成为产业发展新常态 //011

第二章

对“互联网+”的认识 // 013

互联网的本质 //015

什么是“互联网+”？ //018

“互联网+”与“+互联网”的比较 //020

“互联网+”是两化融合的升级版 //022

“互联网+”不只是做加法 //023

“互联网+”对传统产业来说不是颠覆，而是转型升级 //024

“互联网+”是一种模式创新 //026

“互联网+”模式成为竞争新常态 //028

“互联网+”的十大思维 //029

第三章

“互联网+”的产业形态 // 039

“互联网+零售”：电子商务——发展最早、最为普及的“互

“互联网+” //042

我国电子商务发展迅猛 //042

阿里巴巴电商帝国对社会发展的积极作用 //045

电子商务对传统零售业的影响 //046

促进电子商务更好更快地发展，推动大众创业万众创新 //048

“互联网+金融”：互联网金融的发展和未来 //049

我国互联网金融异军突起 //050

互联网金融是金融模式的创新 //052

在创新中发展移动互联网金融 //053

正视问题，有效监管 //055

“互联网+工业”：中国制造业转型发展迎来最好的时代 //058

中国版“工业4.0”——中国制造2025 //058

工业互联网发展面临的机遇和挑战 //060

把握工业互联网的核心要素 //062

“互联网+餐饮”：O2O凶猛 //064

“互联网+餐饮”的市场特点 //065

O2O餐饮模式改变传统用餐模式 //066

餐饮O2O模式的核心是线下服务 //067

“互联网+医疗”：机遇和挑战并存 //068

互联网医疗受到热捧 //069

“互联网+医疗”实现传统医疗模式的变革 //071

移动医疗：漫漫前路挑战多 //073

“互联网+汽车”：互联网汽车的下一个风口 //075

“互联网+汽车”充满想象 //075

“互联网+”引爆车企跨界合作 //077

“互联网+汽车”改变汽车产业 //079

“互联网+教育”：互联网教育正在路上 //080

互联网教育给教育带来什么? //081

“互联网+教育”的主要特点 //082

国外几种成功的互联网教育模式 //083

互联网教育入口之争 //085

第四章

“互联网+”的五大商业模式 // 089

平台模式 //091

对平台模式的认识 //092

双边模式和多边模式 //094

“互联网+”平台模式的主要选择 //097

打造平台模式的关键成功要素 //099

O2O 模式 //101

“互联网+”: 为 O2O 的发展插上翅膀 //101

O2O 模式的主要种类 //104

促进 O2O 模式健康发展 //109

生活中的 O2O 案例 //111

免费模式 //115

为什么免费商业模式能够大行其道? //116

免费商业模式的分类 //119

免费模式的实施条件 //121

生态模式 //122

实现从价值链到生态系统的飞跃 //123

“互联网+”时代竞争的本质是生态模式的竞争 //124

打造健康生态模式的主要原则 //125

构建良好生态模式的主要途径 //127

跨界融合模式 //131

跨界融合成为“互联网+”的新常态 //131

跨界融合的主要方式 //133

跨界融合的主要策略 //135

第五章

互联网转型：传统企业适应“互联网+”的战略选择 // 137

传统企业为什么要进行互联网转型？ //139

互联网转型的本质和特征 //143

传统企业互联网转型成功的关键因素 //144

强大的领导力 //145

遵循市场经济规律 //149

提升客户导向能力 //150

切实推进创新驱动战略 //153

推进企业全面深化改革 //156

传统企业进行互联网转型应避免的四大误区 //157

误区一：过分神化互联网思维 //157

误区二：只将互联网作为工具 //158

误区三：将互联网转型概念化、门面化 //159

误区四：不注重客户的需求，不从产品做起 //160

第六章

传统企业互联网转型的路径选择 // 161

传统企业互联网转型的四个阶段 //163

互联网转型成功的四大判断标准 //167

传统企业互联网转型的八大策略 //171

学习互联网公司的“怕死”精神	//171
切实推进营销互联网化	//173
打造创客平台，鼓励员工创新创业	//175
构建闭环的商业模式	//179
以战略联盟、资本经营等手段实现跨界合作，打造产业生态系统	//180
强化品牌经营，打造全新的互联网品牌	//181
构建“铁三角”模型，大力提升运营管理效率	//184
激发员工的创新活力	//187

第七章

“互联网+”案例分析 // 191

“互联网+零售”：苏宁互联网转型成效显著 //193

前瞻性的战略定位	//194
实现业务模式的全面转型	//195
积极拓展新的业务领域	//198
实行组织变革和创新	//201

“互联网+房地产”：房多多如何利用互联网打造房产交易平台 //202

用户思维	//203
打造房地产平台模式	//204
按互联网方式做产品	//207
植入互联网基因，实行组织变革	//208

“互联网+生活服务”：荣昌 e 袋洗在革洗衣行业的命 //209

最具移动互联网思维	//210
“e 袋洗”的 O2O 模式——颠覆传统洗衣行业	//211
实现“e 袋洗”独立化运作	//213

“互联网 + 教育”：沪江网——中国互联网教育的

领先者 //215

转型与时俱进 //215

重构商业模式 //216

实现盈利模式的突破 //217

“互联网 + 制造”：海尔的互联网转型成功之路 //219

发展海尔电商 //220

打造开放平台 //221

海尔砸组织，鼓励人人成创客 //222

海尔互联工厂 //224

“互联网 + 金融”：拉卡拉要打造综合性金融企业 //226

以支付为基础拓宽互联网金融领域 //226

打造开放性的征信平台 //227

拓展社区 O2O 电商 //228

“互联网 + 出行”：嘀嗒拼车在拼车市场占据头把

交椅 //229

解决市场痛点，提升客户体验 //230

实现商业模式创新 //231

努力打造拼车出行平台 //232

第八章

更好地促进“互联网 +”经济的发展 // 235

“互联网 +”经济时代的主要特征 //237

“互联网 +”经济是长尾经济 //237

“互联网 +”经济更加注重技术创新 //238

“互联网 +”经济是数据经济 //240

“互联网 +”经济是一种颠覆性创新 //241

我国“互联网+”经济发展面临的机遇和挑战 //242

“互联网+”经济发展带来的机遇 //243

“互联网+”经济发展面临的主要挑战 //244

“互联网+”经济发展的着力点 //246

不要把“互联网+”捧上天 //249

“互联网+”不能改变商业的本质 //249

实施“互联网+”的关键是提升企业的核心竞争力 //250

“互联网+”对哪些行业的影响最大 //251

第九章

结束语 // 253

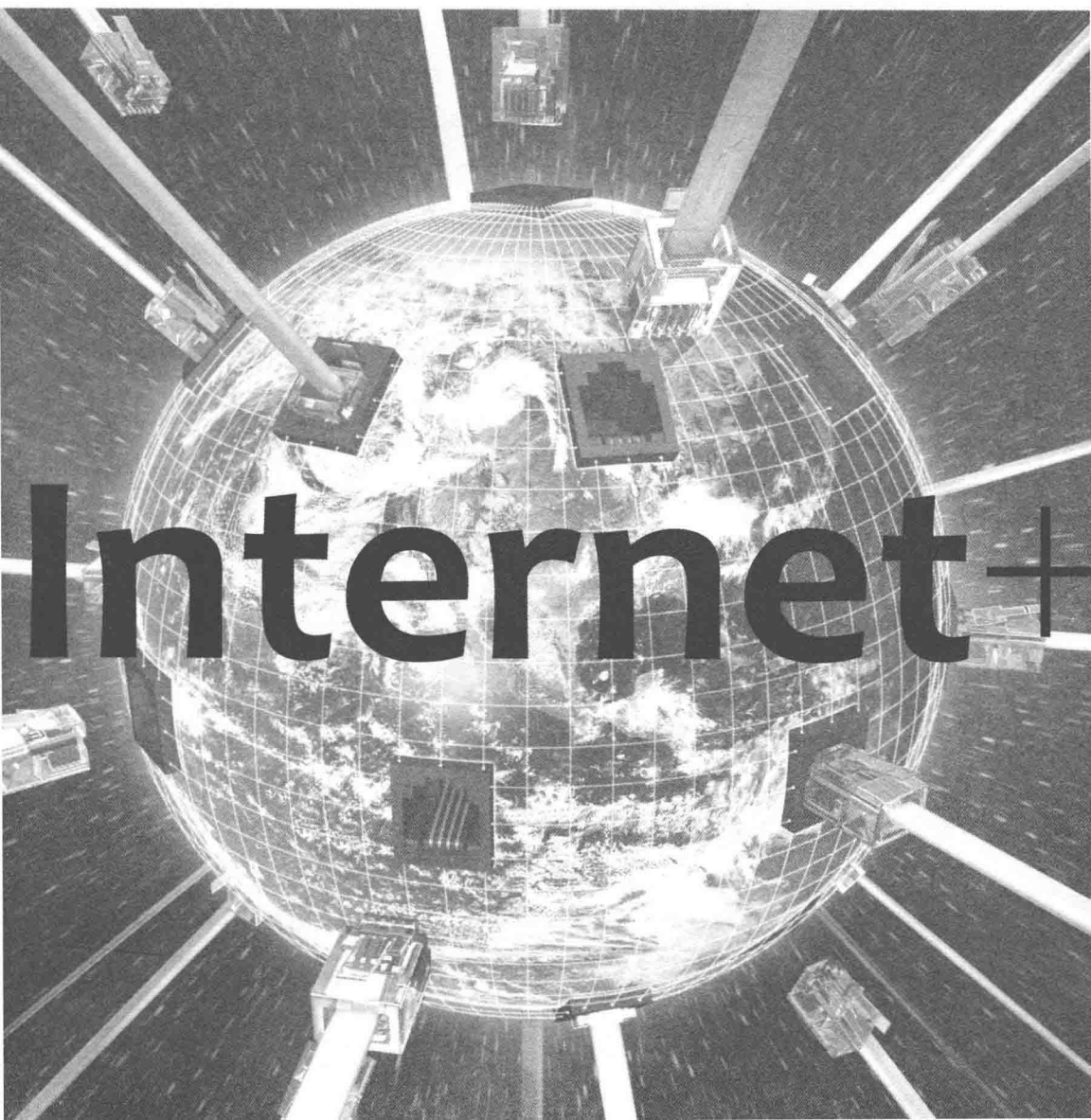
“互联网+”的主要结论 //255

互联网转型“六步法” //257

参考文献 // 261

第一章

迎接“互联网+”时代



Internet+

从全球互联网大会首次在中国浙江乌镇举行，到 2015 年李克强总理在《政府工作报告》中提出“制定‘互联网+’行动计划”，从互联网金融爆发式增长，到车联网的迅速发展，从以 BAT 为代表的互联网公司纷纷进入医疗、文化、金融等传统行业，到海尔、创维、苏宁、中国电信等传统企业加入互联网转型的行列，互联网在社会经济发展中发挥着越来越重要的作用，尤其是“互联网+”被提出以来，我国将更加重视战略性新兴产业的发展，将更加重视“互联网+”带来的新机遇，如今我们正进入“互联网+”时代。

互联网化大潮来袭

中国的互联网发展走过了 21 年的历程，阿里巴巴仿佛应验了“芝麻开门”的咒语，在美国成功上市。阿里巴巴仅用了 10 多年，便从一家 10 多人的小公司成长为全球最大的电商企业。今天的互联网十分普及，已成为中国经济增长的重要引擎之一。

在 1994 年，我国实现与国际互联网连接时，步入互联网新时代的大门便打开了。历经 20 多年的发展，我国互联网的发展十分迅猛，取得了举世瞩目的成就。