

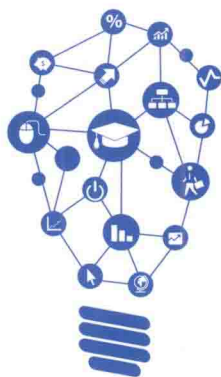
REDEFINE BUSINESS MODEL

建立能给用户长期价值的商业模式

重新定义商业模式

“互联网+”时代的新商业模式

刘长江◎著



分析新时代的六大商业模式

社群模式、长尾模式、跨界模式、免费模式、O2O模式、平台模式

解读新时代农业、制造业、零售业、
教育行业、医疗行业的新商业模式



中国经济出版社

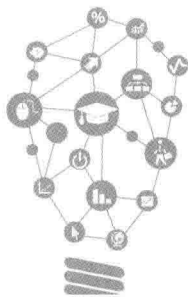
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

REDEFINE
BUSINESS MODEL

重新定义商业模式

“互联网+”时代的新商业模式

刘长江◎著



 中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

重新定义商业模式：“互联网+”时代的新商业模式/刘长江著.

北京：中国经济出版社，2016. 10.

ISBN 978 - 7 - 5136 - 4338 - 2

I. ①重… II. ①刘… III. ①互联网络—商业模式—研究 IV. ①F713. 360

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 187944 号

责任编辑 牛慧珍

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 久品轩工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京科信印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 13. 5

字 数 145 千字

版 次 2016 年 10 月第 1 版

印 次 2016 年 10 月第 1 次

定 价 42. 00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题，请与本社发行中心联系调换（联系电话：010 - 68330607）

版权所有 盗版必究（举报电话：010 - 68355416 010 - 68319282）

国家版权局反盗版举报中心（举报电话：12390） 服务热线：010 - 88386794

“互联网+”时代的商业模式变革与创新

商业模式的变革与创新作为企业面向变化的内部反应，受制于环境的变化。有什么样的环境变化，就有什么样的商业模式变化，这是普遍规律。

以信息技术和网络技术为核心的第三次科技革命，正在颠覆性地改变着工业革命所形成的经济形态和增长模式。网络环境的开放性、虚拟性、交互性、平等性与共享性等特征，使人们能够通过互联网与身处不同地域范围的人随时随地进行双向或多向信息交流，由此产生的时空距离的缩短和交易成本的降低，使得商业环境发生了巨大改变。从总体上看，互联网时代商业环境的变化已经广泛触发了企业商业模式的调整与变革，旧的组织结构和层级制无法产生竞争所需的灵活性、创造力和分享机制，对传统商业流程“零星的改革”已经无济于事，只有战略性的、企业级的、贯穿整个价值链的深度变革才能使企业真正获得制胜的先机，最终的获胜者将是那些创造大量知识并将知识快速转化为消费者价值的企业。



企业做大做强做活或者叫做优做活，主要是通过商业模式内外兼修式的调整来实现的。为此，本书主要围绕以下几部分展开：第一，分析和描述“互联网+”时代在衣食住行等方面的变化，并论及企业如何应对这些变化；第二，强调新商业模式的价值是给用户提供长期价值；第三，介绍六大新商业模式，并展示企业成功范例；第四，阐述商业模式落地策略；第五，强调营销的免费、做减法及精准营销等；第六，分析商业模式如何创新。

“互联网+”时代的来临为企业商业模式创新提供了思路、手段和条件，谁能抓住这些机遇，谁就能在新的时代背景下独占鳌头。

前 言 “互联网+”时代的商业模式变革与创新

第一章 “互联网+”时代催生商业模式变革

随着“互联网+”时代的到来，人的自我把握能力在提升，并从衣食住行各个方面改变着人们的生活方式，也在思想深处和未来趋势上改变人们的消费方式。同时，“互联网+”不仅意味着新一代信息技术发展演进的新形态，也意味着经济社会转型发展所面临的新机遇，企业只有创造出自己的现代商业模式，才能实现新的突破性发展。

- ◎ “互联网+”，新常态下的新增长引擎 / 3
- ◎ “互联网+”时代，“人”的变化 / 6
- ◎ “互联网+”时代，“生活方式”的变化 / 11
- ◎ “互联网+”时代，“消费方式”的变化 / 17
- ◎ “互联网+”时代，企业如何应对商业模式的变革与创新 / 22



第二章 “互联网+”时代新商业模式的价值

互联网精神的核心是平等、开放、协作、分享，“互联网+”时代商业模式的价值就是用户价值，即能够给用户带来长期价值。为此，“互联网+”时代的企业需要深刻理解“以人为中心”的本质，准确判断一个新的商业模式是否有价值，通过对组织、团队、体系进行彻底改造，确立适合自己的商业模式，最终给用户带来长期价值。

- ◎ “互联网+”时代的商业精神与商业模式 / 29
- ◎ 传统商业模式和新商业模式的区别 / 33
- ◎ 如何理解“互联网+”时代的“以人为中心” / 37
- ◎ 能给用户带来长期价值就是好模式 / 40
- ◎ 如何判断一个新的商业模式是否有价值 / 45

第三章 “互联网+”时代的六大商业模式

“互联网+”时代的商业模式主要有六种，即社群模式、长尾模式、跨界模式、免费模式、O2O模式和平台模式。每一种模式下都有企业案例，比如小米社群、亚马逊书籍尾巴的长度、掌上世博的跨界融合、百度的免费搜索、绫致时装最顺畅的O2O、三大微店分销平台模式及案例等。这些案例，为“互联网+”时代的六大商业模式各自提供了成功的范例。

- ◎ 社群模式：工具+社群+电商——小米社群 / 51

- ◎ 长尾模式：价值联动效应——亚马逊书籍尾巴的长度 / 56
- ◎ 跨界融合模式：跨界融合新产业——掌上世博的跨界融合 / 59
- ◎ 免费模式：通过新价值实现盈利——百度的免费搜索模式 / 64
- ◎ O2O 模式：从线上到线下，再从线下到线上——绫致时装最顺畅的 O2O / 68
- ◎ 平台模式：无边界多元整合资源——三大微店分销平台模式及案例 / 73

第四章 “互联网 +” 时代的商业模式落地策略

在“互联网 +”时代，企业不仅要尽早考虑商业模式，更要让商业模式切实可行。为此，本章从落地实施的角度分析了商业模式运作的五大关键和商业模式下的产品塑造，并对“互联网 +”时代农业、制造业、零售业及教育和医疗领域的新商业模式进行解析，且辅以案例实证，给出了这些领域新商业模式落地的措施。

- ◎ 商业模式运作的五大关键 / 79
- ◎ 商业模式下的产品塑造 / 95
- ◎ 农业的新商业模式：“智慧大北农”打造农业互联网与金融生态圈 / 114
- ◎ 制造业的新商业模式：“德盛机械”——生产智能化 / 121
- ◎ 零售业的新商业模式：苏宁云商“门店到商圈 + 双线同价”的 O2O 模式 / 125
- ◎ 教育的新商业模式：“钉钉 + 简道云”实现学生量化评价 / 133
- ◎ 医疗的新商业模式：“好大夫在线”打造汇聚门诊信息的平台 / 143



第五章 “互联网+”时代商业模式下的营销

当前，营销包括构建资源的方式、构建系统的方式，以及整个的营销模块都在发生改变。因此，在新商业模式下做营销，需要从营销的属性、行为、偏好、策略、原则、数据分析等各个方面建立新的营销思维，形成营销闭环，从而真正地将企业的商业模式落地。这既是企业发展的需要，更是每一个营销人义不容辞的责任和使命！

- ◎ 战略、商业模式和营销的逻辑关系 / 151
- ◎ 免费既是商业模式，又是一种营销手段 / 157
- ◎ “互联网+”时代的营销要做好减法 / 163
- ◎ 新商业模式下的营销策略与营销原则 / 168
- ◎ 基于大数据分析的精准化原则 / 174
- ◎ 通过论坛增加用户黏性的方法 / 182

第六章 “互联网+”时代的商业模式创新

商业模式创新的核心在于“打破”，这是战略的盲点所在，因为战略仍旧是建立在既定的规则之上，而商业模式创新就需要“破界”。在快速迭代的“互联网+”时代，这种“破坏式”创新变得更加必要、更加频繁，已经成为商业模式的基本驱动力，而且“互联网+”时代的商业模式没有固定模式，只有创造顾客价值，商业模式创新才会有意义。随着全球经济一体化的发展，商业模式创新需要全球化思维的指引。

- ◎ 创新，商业模式的基本驱动力 / 191
- ◎ “互联网+”时代的商业模式没有固定模式 / 195
- ◎ 只有创造顾客价值，商业模式创新才有意义 / 199
- ◎ 全球化思维是未来的发展方向 / 202

后 记 / 206

第一章

“互联网+”时代催生商业模式变革

随着“互联网+”时代的到来，人的自我把握能力在提升，并从衣食住行各个方面改变着人们的生活方式，也在思想深处和未来趋势上改变着人们的消费方式。同时，“互联网+”不仅意味着新一代信息技术发展演进的新形态，也意味着经济社会转型发展所面临的新机遇，企业只有创造出自己的现代商业模式，才能实现新的突破性发展。



“互联网+”，新常态下的新增长引擎

2015年“两会”期间，李克强总理在政府工作报告中首次提出制订“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。“互联网+”不仅能够创造新兴产业、提升传统产业，而且将影响生产生活方式。“互联网+”行动计划上升为国家战略，使其成为新常态下的经济增长新引擎。

◎ “互联网+”行动计划能够直接创造出新兴产业

互联网+行业能催生出无数的新兴行业。例如，互联网+金融激活并提升了传统金融，创造出包括移动支付、第三方支付、众筹、P2P网贷等模式的互联网金融，使用户可以在足不出户的情况下满足金融需求。再如，互联网+基金，目前网上基金销售都远远超过了线下的销售，互联网证券、互联网保险、互联网银行及互联网金



融都在过去两年内得到了长足发展。

◎ “互联网+”行动计划可以促进传统产业变革

“互联网+”令现代制造业管理更加柔性化，更加精益制造，更能满足市场需求。互联网+工厂=智能工厂，制造业的“互联网+”行动计划是现代制造业与移动互联网、云计算、大数据、物联网的结合，这将成为一个大趋势。移动互联网对传统制造业的变革，对企业竞争力的提升前所未有。目前，很多国际企业为适应瞬息万变的市場变化而将生产制造的设计都放在云端，使市场的变化需求能够通过互联网实时传递到智能设计制造上，以最快速度完成制造并经过现代物流第一时间送达消费者。尽管美国有工业互联网，德国有“工业4.0”，但相较于这些国家，由于我国尚处在工业化阶段，存在庞大的市场需求，因此我国工业信息化和现代化对经济的促进作用将更为明显，“互联网+”行动计划有望将“中国制造”提升为“中国智造”，实现我国传统制造业的改造升级，促使在全球产业链中的地位向中高端转移。

◎ “互联网+”行动计划将帮助传统产业提升

互联网+商务=电商，互联网与商务相结合，利用互联网平台的长尾效应，在满足个性化需求的同时创造出了规模经济效益。而互联网+物流所实现的现代物流业，以互联网为载体、线上线下互动的电商实现与消费者的无缝对接，将个体消费的小溪汇成大河，让亿万群众的消费潜力成为拉动经济增长的强劲动力。“互联网+”

将使传统产业具有更多的可能性，正如“互联网+农业”的范围远大于农业信息化，“互联网+医疗”也不只是实现远程医疗，“互联网+教育”更不只是网上教育……“互联网+”对各行业的变革和提升存在无限可能。

◎ “互联网+”行动计划激发“大众创业和万众创新”

我国庞大的市场存在巨大的消费需求，这种需求可以通过“互联网+”行动计划的实施，以个性化、规模化的供给来满足。通过“互联网+”的行动计划，在圆每位网民“中国梦”的同时，可以加速实现中国经济的转型，甚至能够帮助中国经济实现弯道超车，抢占世界经济的高点。

从上述四点可以看出，无论是从调整产业结构还是培育经济的新增长点来看，“互联网+”行动计划都足以在新常态下上升为国家战略。因此，“互联网+”是新常态下新的经济增长引擎。

“互联网+”既是传统企业和创业者抢占行业新高地的抓手，也为“大众创业，万众创新”提供了绝佳的环境条件。而谁能主动并首先实现与“互联网+”的对接，并深入挖掘“互联网+”行动计划的魅力，谁就将抢占先机，并能赢得市场，赢得客户。



“互联网+”时代，“人”的变化

作为个体的人，在“互联网+”时代会发生什么变化？这个问题很大，我们不妨从以下三个方面进行分析并给出答案：第一，“互联网+”时代的人是更强大还是更脆弱；第二，“互联网+”时代的人是更有主见还是在越来越智能的网络服务中“被决策”；第三，“互联网+”时代的科技与人性的平衡点是什么。

◎ “互联网+”时代的人更强大还是更脆弱

越来越多的迹象表明，互联网的未来与人类大脑有着高度的相似性。

人如何与这个互联网虚拟大脑进行互动和沟通？事实上，互联网上所有的摄像头和各种感应器将成为这个人的感知器官，通过互联网虚拟大脑，人将继续感知这个世界、思考这个世界、影响这个世界，最终改变这个世界。在这个过程中，世界将不会再出现类似梵高的惨剧——梵高可以死去，但他的大脑将被嵌入网络之中，谷

歌街景将成为梵高重新审视世界、发现美丽的眼睛，网络连接下的绘图仪将成为梵高手中新的画板和画笔……

随着互联网虚拟大脑结构的视觉、听觉、感觉和运动系统逐渐成熟，上述目标离我们越来越近。从科学的角度看，这一目标的实现关键在于大脑生物神经系统与互联网虚拟大脑电子神经系统信息通信技术的突破。这一突破也同样会对生存的互联网用户产生诸多应用。

如果互联网的未来是一个虚拟大脑，那么控制这个大脑的将有两种系统：一是以人为代表的控制系统，即人类通过终端与互联网内部进行互动和数据交换；二是互联网的虚拟自主神经系统，这个虚拟自主神经系统已经开始萌芽（互联网的虚拟自主神经系统也是人创造的），如互联网的路由控制、搜索引擎的网络蜘蛛、让互联网为人服务的触发式自动反应、语义网的发展等。

因此，在“互联网+”这个大背景下，一方面，个体化的人有着更加宽广的视野、更加多样化的选择、更加便捷的途径去做成一件事。当然，同时也将伴随着更加激烈的竞争。而在这个过程中，我们将看到整个社会在思想水平和社会认识上的飞跃。这意味着个体化的人在未来会更有思想，更有能力，更有个性。另一方面，个体必然是更加强大。个体不再是简单的个体，即使他很弱，也可以有强大的工具辅助他变强；即使他很强，也总有他不能够达到的地方。互联网将各种生产工具变得更加容易使用，而且成本更加低廉。若是整个社会水平都提高了，那么对于每个个体来说，绝大多数必然都是更加强大的。