



姬剑晶◎著

Internet Start-up Model

一本书读懂**24**种

互联网创业模式

O2O、社交、教育、金融、广告、餐饮……

拿来即用的24种创业模式，实战精粹的102条创富指南

互联网没有独创，只有快人一步！



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE



姬剑晶◎著

一本书读懂**24**种 互联网创业模式

Internet Start-up Model



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂24种互联网创业模式/姬剑晶著. —上海: 立信会计出版社, 2017.1
(去梯言)
ISBN 978-7-5429-5284-4
I. ①—… II. ①姬… III. ①互联网络-应用-创业
IV. ①F241.4-39
中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第273188号

策划编辑 蔡伟莉
责任编辑 蔡伟莉 刘梦羽
封面设计 久品轩

一本书读懂24种互联网创业模式

YIBENSHU DUDONG 24ZHONG HULIANWANG CHUANGYE MOSHI

出版发行 立信会计出版社

地 址	上海市中山西路2230号	邮政编码	200235
电 话	(021) 64411389	传 真	(021) 64411325
网 址	www.lixinaph.com	电子邮箱	lxaph@sh163.net
网上书店	www.shlx.net	电 话	(021) 64411071
经 销	各地新华书店		

印 刷	固安县保利达印务有限公司		
开 本	720毫米×1000毫米	1/16	
印 张	16.25	插 页	1
字 数	225千字		
版 次	2017年1月第1版		
印 次	2017年3月第2次		
书 号	ISBN 978-7-5429-5284-4/F		
定 价	39.80元		

如有印订差错, 请与本社联系调换

当Internet变成internet，我们来谈谈互联网创业模式

可能你已经习惯了Internet的写法，但你是否知道Internet即将成为历史，由internet取而代之？

2016年4月，美联社首先宣布“Internet”将不再是专属名词，未来将在各大新闻报道中使用小写的“internet”；6月1日，《纽约时报》也宣布正式停止使用互联网的专属名词——大写的“Internet”，在印刷版和网络版上的报道中均会使用小写的“internet”。

看起来只是首字母从大I变成小i，但是其中却蕴含了重大意义：互联网在全世界已经成为一种普遍存在，它和常见的水、电、天然气已经没有什么差别，都是我们生活的必需品之一。internet已经在事实上关联到我们生活的每一个部分：我们的工作、我们的娱乐、我们的教育、我们的居家生活、我们的理财……这也解释了为什么近两年政府会提出“互联网+”战略，以及为什么越来越多的人会选择互联网创业。

有一个问题是每一个互联网创业者都必须面对的，也是互联网创业与传统行业最迥异的，那就是创业模式的选择。为什么我们强调互联网创业一定要找准适合自己的创业模式呢？

首先，在互联网中商业逻辑已经发生了根本变化，这种改变主要体现在三个方面：一是企业可以不通过销售渠道直接向用户销售产品；二是企业可以不通过信息中介直接向用户传播信息，用户也可以直接向企业反馈信息；三是用户之间不再是相互隔绝的，他们之间可以直接传播信息。可以说，我们所熟悉的传统的创业模式与互联网所需要的创业模式，已经是两个完全不同的概念，每一个渴望在互联网创业的人都需要更新自己的观念。

其次，商业模式为王，互联网创业模式不仅仅是战略，更是战术。互联网创业通常包括项目立项、团队搭建、商业计划、融资、产品研发、运营、营销、再融资、资本事件等环节，如果全靠个人摸索，创业难度可想而知。于是有的人钱“烧”完了，事儿没干成；有的人一拍脑袋觉得有了非常棒的idea，最后发现产品没需求；有的人筹划时间过长，错过好时机；有的人盲目照搬大公司经验，以卵击石等。而优秀的、合适的互联网创业模式至少能帮助我们解决三个问题：第一个问题是我的产品满足什么需求；第二个问题是我怎么去获得收入，我的收入模式是什么；第三个问题是我怎样实现盈利，怎样使公司健康有序地发展，使创业者本身真正地挣到钱。

最后，互联网创业模式中还涵盖了社交网络病毒传播、口碑营销、互联网思维等创业所需的重要实现手段，它将极大地提高你的创业成功率。

因此，在互联网创业时，借鉴成功的创业模式尤为重要，互联网创业模式往往是在实践中总结和探索出来的，是别人经历失败和经验教训总结出来的，它能帮你规避很多无谓的损耗，提高成功的概率。甚至可以说，很多时候找对了适合自己的互联网创业模式，你就成功了一半！

有些人可能会担心，在互联网巨头林立的今天，留给创业者的生存机会已经太少，这种忧虑其实是没有必要的，互联网的蓬勃发展带给创业者的机会只会更多。在《一本书读懂24种互联网创业模式》中，我们通过对互联网行业现状及未来发展趋势的深入分析，结合成功案例，给出了创业者能够迅速布局的多种创业思路：1.在非常成熟的领域中，做巨头生命线之外的业

务；2.做巨头无暇顾及的细分领域业务；3.做巨头无法深耕的、需要线下资源支持的业务；4.成为巨头产业链上的一环，轻松分享红利。书中的每一条思路都有着无限的想象空间，每一种创业模式都可以根据你的资源和兴趣点快速裂变。一句话，只要你愿意沉下心来创业，互联网仍旧大有可为！

让我们热烈拥抱“创时代”的到来，抓住互联网创业的重大机遇！

Goodbye, Internet. Hello, internet!

第一章 O2O本地消费创业模式

O2O到底是什么 / 001

找对方法，你家门口就有钱赚 / 003

被疯抢的万亿级市场 / 006

美餐网：小半径O2O服务的先行者 / 009

第二章 垂直社交创业模式

在社交巨头的领域内“圈地” / 015

垂直社交网站如何寻找并留住用户 / 017

垂直社交的盈利模式盘点 / 020

母婴网：巨大用户容量的大市场 / 022

印度婚恋网：国外垂直社交网的生意经 / 024

第三章 微信、微博创业模式

PC寒冬，微信公众号帮你拥有更多 / 027

用微信，你可以自助营销 / 029

- 微博：店铺品牌推广的优良平台 / 035
- 四大策略，轻松做好店铺微信、微博营销 / 037
- 水果哥：大学生微信创业月入4万 / 039

第四章 淘宝创业模式

- 做好8件事开一家没有店铺的店 / 041
- 创业初期如何设计页面提升流量 / 043
- 淘宝新店的宣传与推广 / 046
- 与买家进行有效沟通 / 048
- 七格格：把淘宝品牌做成时尚品牌 / 049

第五章 自产自销模式

- 口碑时代，产品质量为王 / 054
- 给你的产品赋予一点个性 / 057
- 快速推出产品，用更新实现完美 / 060
- 圈子是离你最近的销售渠道 / 062
- 利用社群工具建立良好互动 / 064
- 开心网：病毒式营销带你脱颖而出 / 066

第六章 只销不产与只产不销创业模式

- 众包：让用户制造产品 / 069
- 互联网分销让全民皆商 / 071
- 落地微商的互联网模式 / 072
- 来伊份：外包让产品来迎合顾客 / 073

第七章 互联网智能化创业模式

- 创客经济：我的事业我来创 / 075

穿戴设备抢占创业先机 / 076

车联网：下一个风口 / 078

智能化生活：当今世界最前沿十大可穿戴设备 / 079

第八章 移动APP创业模式

APP成就店铺的“二次创业” / 083

APP的设计要紧抓受众 / 085

店铺APP营销四大模式与策略 / 088

服务类APP，移动时代的“懒人”福音 / 092

西门子时尚厨房：用户凭什么用你的APP / 096

第九章 跨界创业模式

创业最大的机遇来源于跨界融合 / 099

跨界：让“互联网+”上一切 / 102

跨界创业要考验你的“眼力” / 107

顺和酒行：从白酒到健身会馆的跨界合作 / 108

第十章 在线教育模式

在线教育分割传统教育大蛋糕 / 111

在线教育四大盈利模式 / 112

在线教育营销的四大利器 / 114

新东方、好未来：互联网时代的教育直播 / 116

第十一章 “互联网+”生鲜创业模式

刚刚开始生鲜电商之战 / 119

“互联网+”生鲜创业，你准备好了吗 / 120

国外互联网如何卖生鲜 / 123

褚橙：一个励志的橙子 / 126

第十二章 互联网广告创业模式

展示广告：正走向更广阔的未来 / 131

广告联盟：白手起家“英雄联盟” / 132

软文经济：移动互联网时代的新营销 / 133

海底捞：“变态服务”打动人心 / 135

第十三章 互联网旅游创业模式

传统旅游业VS互联网旅游 / 137

四种在线旅游创业模式 / 138

在线旅游初创公司怎么做 / 139

Airbnb：人性化的旅游服务 / 141

第十四章 餐馆“互联网+”二次创业模式

四个步骤在微信上开餐馆 / 145

餐馆O2O如何才能实现真正闭环 / 147

餐馆二维码营销六大实施步骤 / 149

餐馆促销的手段与技巧 / 151

先人一步打造外卖模式 / 154

眉州东坡：餐饮集团的完美O2O实践 / 158

第十五章 在线交易平台

网购，平台为你保驾护航 / 161

平台要赚钱，设计是关键 / 162

猪八戒网：非实物交易的平台 / 164

第十六章 限制免费模式

免费是商业模式也是营销手段 / 167

- 互联网付费时代即将到来 / 168
- 腾讯QQ：免费+付费的“小企鹅” / 170

第十七章 核心功能免费创业模式

- 免费模式为什么能赚到钱 / 173
- 免费为王的游戏规则 / 174
- 你一定要知道的14种免费模式 / 175
- 小米手机：硬件不赚钱，服务赚钱 / 177

第十八章 众筹创业模式

- 众筹：让用户投资 / 181
- 架设创业者与投资者的鹊桥 / 183
- 创业者这样做好众筹 / 185
- 国外最成功的5个众筹项目 / 186

第十九章 流量变现创业模式

- 互联网时代，有流量才有价值 / 189
- 敢于为流量支付成本 / 191
- 创业者提升流量的十种方法 / 193
- hao123浏览器：这样靠流量赚钱 / 195

第二十章 返利创业模式

- 返利模式，到底能走多远 / 197
- 海淘返利网跨境新模式 / 199
- 返利网的合作模式与优惠形式 / 202
- 返利网：从2 000万到1亿用户 / 203

第二十一章 粉丝经济创业模式

- 粉丝经济的成功 / 207
- 玩不转粉丝经济怎么创业 / 209
- 互动才能了解用户需求 / 211
- 小米论坛：涨粉丝的秘诀 / 212

第二十二章 用户数据深挖创业模式

- 从数据中掘金的“垃圾达人” / 215
- 卖掉自己的大数据 / 218
- 帮人怀孕的手机软件 / 220
- 小米的崛起：深挖用户成就卓越 / 222

第二十三章 移动支付创业模式

- 当手机成为“支付利器” / 225
- 如何从移动支付市场掘金 / 229
- 移动支付创业的趋势 / 230
- 支付宝：支付的核心是信任 / 231

第二十四章 互联网微金融创业模式

- 互联网金融的落地 / 237
- 互联网金融的创业方向 / 238
- 当前互联网金融创业的7个切入点 / 240
- 掘金微金融：互联网时代的弄潮儿 / 241

第一章 O2O本地消费创业模式

O2O到底是什么

若说早在前几年，O2O还只是电子商务里一个连概念都不太明确的新生术语，到了2016年，它却早已成为各大电商平台中最火爆、最熟悉的话题。几乎所有人都开始谈论O2O，甚至连一些从未接触过电子商务的传统企业老板和个人创业者，都开始逢人必说O2O，甚至四处挖掘O2O运营人才。好像只要他们从嘴里蹦出了O，2，O三个字，只要运营岗位的人一到位，再傍上几个大的O2O平台，发几个微博，拉拢一众粉丝，企业便能立即起死回生，一切问题都可迎刃而解。

O2O是否真有这么神奇，在此先不讨论。问题的关键是，当我们立志要闯入O2O的世界里大干一番时，首先必须搞清楚，作为一种营销模式，O2O究竟能为我们解决什么问题？相较于以往的C2C、B2C等电子商务营销模式而言，它又是否具备不可替代的优势？比起以往电子商务拼流量，玩

数据的招数，O2O又会带来哪些营销奇招？过了2016年，O2O的玩法又与从前有何不同？

要想解决以上种种问题，我们可以先从一个通俗易懂的问句开始：O2O，这到底是个啥？

在百度百科中，O2O的释义十分简单易懂，即英文Online To Offline的缩写，中文可翻译为从线上到线下。也有人解释为将线下商务的机会与互联网结合在一起，让互联网成为线下交易的前沿阵地。

这句话究竟什么意思？别着急，想要读懂O2O，还得从它的发展历史慢慢回顾。

在移动互联网飞速发展的今天，C2C、B2C的余温尚未完全消散，O2O又犹如一匹疾驰黑马闯入人们的视线。电子商务闪电般的发展速度，令许多新人甚至以为O2O是近年才新诞生的营销模式。其实不然，早在2005年，当论坛还只是用来“汇集兴趣”“争论”，甚至“发泄”不满的地方时，有一个叫篱笆网的网站，就已将O2O的雏形悄悄呈现到了人们眼前。

起初，篱笆网上出现了一个卖木门的商家，他通过回答网友问题，和大家建立了互动，然后让人发起团购。有人传说，这个商家通过这种方式，每个月的流水曾高达30万，毛利也能达到每月10万。不过，这个传说没多久就从论坛上消失了，因为此商家在服务与公关危机处理上出现了重大问题，他建立的品牌也很快陨落了。

然而，第一个吃螃蟹的人虽然英勇牺牲，但后来人所采用的团购模式，却大都从这种营销方式发展而来。如今，仍有许多业内人士并不认为团购是一种完整的O2O营销模式：一来，因为团购的商家大多缺乏属于自己的独立平台，因此它们并不能亲自收集客户的一手数据；再者，由于不少团购网站为了吸引更多流量，以便筹集风投资金，从而过多压榨商户的利润，导致整个团购模式陷入亏本的死循环，以至于客户购买团购券之后，得到了商家同样打折的服务，而顾客得到的线下服务，是决定O2O生死的核心部分。

但我们不得不承认，从字面意思来看，团购的确符合“从线上到线下”的营销模式，无论它有多少令人诟病的缺点，都丝毫不妨碍它成为“广义O2O”的一种。并且，即便到了如今，O2O早已经历了数个阶段的成熟演化，各大电商平台上也仍有相当多数量的中小卖家，在使用类似的营销模式为自己解决库存与资金链的问题。

不过，由于“线上和线下”的涵盖太广，如果只看O2O的字义，除了数字类消费品，比如：电子书有偿下载、手机充值卡之类的无须物流配送产品或服务，几乎所有电子商务都是线上到线下的，这和B2C又有什么区别？

事实上，与许多创业新人想的不同，在实际运营操作中，O2O与C2C、B2C并无水火不容的界限，许多时候，它们甚至可以根据实际情况相互转化，相互配合，从而达到快销的最佳效果，许多在淘宝、微信上设店的商家，同时也为同一批客户做着线下服务，这是十分正常的现象。

找对方法，你家门口就有钱赚

本地生活服务是距离消费者最近的行业，也是O2O创业的重点。随着互联网的普及、消费观念的升级，互联网变得越来越“生活化”，从餐饮、娱乐，家政到社区服务等，本地化服务越来越多。那么，创业者如何把握本地化市场的需求进而找到适合自己的创业机会呢？

众所周知，本地化服务的精髓在于客人线上下单，享受最便捷的线下服务，围绕着吃住行娱的本地市场都是本地消费服务业。对客户来说，在附近区域的消费者网上下单后，附近的商家直接按照订单配送就可以了，这种轻资产的运作模式可以有效降低资金投入过高的风险。我们可以毫不夸张地说，这种本地化服务市场正面临着一次井喷，现在正是创业的最好

时机。

首先，线上线下结合已经成为无法阻挡的大趋势，这一点从淘宝的演化史就可以看得很清楚，消费者越来越习惯用互联网来帮助决策与消费。

第二，智能手机的兴起和普及，使得用户通过移动端消费成为可能。

第三，本地服务业的推广费用相对低廉，推广方式也更灵活，对于一般的创业者来说，可行性更高。



图1 小六美鲜水果生鲜订购页面

在这一创业领域，我们可以找到不少成功的先行者。下面我们要讲的这个案例是一个赚钱赚到让人眼红的水果摊。生活中卖水果的摊位随处可见，但是下面这家水果摊却通过移动互联网打通了线上线下，一举创业成功。

这家水果摊叫小六水果（如图1所示），走的是微营销的路子，最初是微博营销，后来还开通了微信营销。它没有实体店，只需要租一个租金相对低廉的仓库周转货品，这样可以省下不少店面的租金，降低经营成本，但这并不是小六水果掘金成功的关键。那么小六水果最具竞争力的经营策略是什么呢？小六水果如何能够做到在公司只有3个人的情况下经过2年的经营，库存为0，2014年销售额达到8 000万呢？

小六水果从接到订单到订单配送有一套完整的操作流程，而且和常见的先进货后卖货不同，小六水果是先接受订单再进货，之后再发货，这就能够保证每一批进货都能很快出手，从源头上解决了库存和积货的问题。但这并不是小六水果最精明之处。要知道如果没有订单，那么就不会有之后的进货、发货、送货的事了，所以从最根本上讲，小六水果的成功之处在于他们能够接到订单，而促使客户下订单的最重要的原因又是什么呢？是小六的产品定位。

和普通的水果摊不同，小六水果不仅水果种类齐全，而且最重要的是他们只卖顶级水果，比如阿克苏苹果、吐鲁番葡萄等，这些顶级水果卖得不仅比市场价要低，而且还送货上门，但是要求200元起送。其实很多客人很难在单一品类上买到200元，不过只要多搭配几种水果就可以了。小六的产品结构就是，由各类顶级水果搭配一部分时令水果。这种200元的客单件不仅能保证不错的销售业绩，还能组合销售，带动各个品类水果的销售。

如此一来，顾客在小六水果不仅能够享受顶级的水果，还能享受送货上门的服务，同样的商品价格又比实体店优惠，客户当然会选择小六水果了！

在这里，我们需要提醒有志于创业的读者，O2O本地消费创业同样存