

Y I N G Z A I W E I L A I

赢在未来

——互联网的颠覆与机遇

HULIANWANG DE DIANFU YU JIYU

韩玉忠 编著



想要赢，唯有改变，唯有创新。
互联网时代，我们的出路在这里。

颠覆、重组、升级、变革……
互联网随时在变，而你做好准备了吗？

北京工业大学出版社

赢在未来

——互联网的颠覆与机遇

韩玉忠 编著



北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

赢在未来：互联网的颠覆与机遇 / 韩玉忠编著. —北京：
北京工业大学出版社，2016.10

ISBN 978-7-5639-4876-5

I. ①赢… II. ①韩… III. ①电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 211111 号

赢在未来——互联网的颠覆与机遇

编 著：韩玉忠

责任编辑：张 悦

封面设计：尚世视觉

出版发行：北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编：100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人：郝 勇

经销单位：全国各地新华书店

承印单位：北京建泰印刷有限公司

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：17.5

字 数：211 千字

版 次：2016 年 10 月第 1 版

印 次：2016 年 10 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5639-4876-5

定 价：32.00 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题，请寄本社发行部调换 010-67391106)

前 言

互联网给人类带来的影响是巨大的，它改变了人们的购物习惯、生活习惯、工作方式、看病方式……可以说，互联网渗透到各行各业，它改变的不只是某一方面，而是整个时代。

互联网行业刚刚兴起的时候，有识之士就大呼：“狼来了！”确实，如今的互联网行业早已将过去的一切颠覆殆尽，我们的批发业、零售业、金融业、出版业……无一没有互联网的踪迹。诚然，如今的时代已迈入一个被互联网主宰的时代——一个无时无刻不在发生着颠覆与重构的时代。

互联网时代，一切皆在颠覆之中，组织结构、商业模式、用户聚集、营销服务等都是迫切需要升级和变革的。

互联网颠覆了一切，又重构了一切。它创造出让人眼花缭乱的新生事物，改变了我们习以为常的观念，颠覆了我们沿用已久的习惯，又以新鲜刺激的方式把我们带入一个全新的时代。

在这个时代，一切都在变。我们只有抓住互联网变革中的机遇，紧跟时代，不断创新，才不会被时代淘汰。



赢在未来

——互联网的颠覆与机遇

在这个时代，谁有超前意识，谁就能抢占制高点，谁就能赢得未来。

本书详细介绍了互联网对不同行业的影响，以及各个行业在互联网时代的发展方向与模式，希望读者通过阅读本书，能够顺应变革的大潮，在这个互联网大潮中抓住机遇，游得更快，漂得更远。

目 录

第一章 批发业：原来批发也可以足不出户

创造新的生意经	003
将批发业“搬到”网上	005
做个两头负责的批发商	009
建立品牌，赢得消费者的信赖	012
以商会友，共度商业沉浮	015
金融服务，为你解决没钱的困扰	018

第二章 零售业：走出传统

电商新招不断，时时准备接招	023
电商火了，零售业怎么办	025



赢在未来

——互联网的颠覆与机遇

给顾客完美的视觉盛宴	028
诚信是商家永远不变的主题	030
综合性较强的“零售团队”更受欢迎	034
物流大比拼时代到来	036

第三章 餐饮业：让美味更实惠

用互联网思维去开餐馆	041
线上有优惠，线下有利润	043
打造“无微不至”的餐馆	045
让饮食成为一种文化	048
“大众点评”，让大家来做评委	050
团购：既能品尝美味，又能享受折扣	053

第四章 旅游、酒店业：不只要利益，还要合作

宣传是前提，服务是根本	059
自助游，开启你的个性之旅	062
酒店信息透明化	065
旅游业、酒店业积极合作，携手共赢	067
增加休闲娱乐新功能	070
度假酒店出路何在	073

第五章 教育业：真正面向全体民众

教育互联网与互联网教育	077
依靠创新理念创建现代化课堂	081
真正做到因材施教	084
互联网教学，激发学习热情	088
普及电子教材，为书包减负	089
远程教育——将最优秀的教师请到身边	094

第六章 医疗业：线上线下共谋福利

打造现代化医院	099
远程会诊	101
利用互联网为患者服务	104
做好社区医院的工作	106
发展民营医院，补充传统医疗	109
借助互联网普及养生知识	112



赢在未来

——互联网的颠覆与机遇

第七章 新闻业：让每位受众都参与其中

网络新闻的盛行	117
改单向传播为双向互动	120
从模仿到超越	122
质量：传统新闻业的突破口	124
一切从读者的角度出发	127
为大众节省流量	129

第八章 出版业：电子书与纸质书大战

Kindle 在手，看书无忧	135
有了电子书还要买纸质书吗	137
顺应时代才是出路	140
有了数字出版，成为作家不再是梦	141
打造令人舒适的书店	143
民营书业加快转型才能重获生机	146

第九章 广告业：大数据时代实现精准投放

“大规模投放”变“精准投放”	153
新颖的创意引起大众的共鸣	156
巨额费用到底有几成功效	159
借助新媒体将广告送给需要的人	161
强强联手，走集团化、专业化之路	164
一切竞争都是人才的竞争	167

第十章 金融业：在变革中寻生机

指尖上的服务	173
微信红包，社交中蕴含着财富	176
勇敢地拥抱互联网金融业	178
“改变”银行	181
以人为本，走出自己的特色	183

第十一章 通信业：手机不再只是打电话了

推陈出新，积极改变大众生活	189
---------------------	-----



赢在未来

——互联网的颠覆与机遇

从信息传播到表达自我	192
用微信等代替电话	194
建立完整的体系	196
在危机中寻找转机	198
不但要引进人才，还要控制成本	201

第十二章 电视业：让“等剧”变为“追剧”

紧跟潮流不如引领潮流	207
从做系统到做服务	209
网络电视，比传统电视更好用	212
视频网站让电视成为摆设	215
传统电视，及时转型才是出路	218
建立完善的网络平台	222

第十三章 物流业：巨大的货物传递平台

高效，物流大战中获胜的法宝	227
有了互联网，物流业如虎添翼	230
借助互联网完善平台	233
让包裹成为不会断线的风筝	236
大力打造新环境	239

在“慢递”中放松身心	241
------------------	-----

第十四章 制造业：打破自我封闭，走进新时代

调整组织结构，适应市场需求	247
建立互联网销售平台	250
优化企业结构，顺应时代发展	253
小批量、多品种的生产是主流	256
以动制动，及时调整生产计划	259
两条腿走路更稳当	262

第一章

批发业：原来批发也可以足不出户



当阿里巴巴出现在大众眼前的时候，就有人质疑：马云究竟要将批发业带往何方？直到今天，我们终于找到了答案：他要让批发业者成为企业家，把批发业做成企业。

创造新的生意经

“等着别人来找你”的时代已经过去了，商家必须树立自己的品牌，谁的口碑好，谁就能在市场中立足。

任何领域缺少创新意识都无法跟上时代主流。尤其在互联网经济飞速发展的今天，想要重振传统批发业，就必须创立新的营销模式。改变以往的经营方式，用全新的理念看待批发业，有些人称此为“救命稻草”，虽没有这么夸张，却也有它的道理。

以前，传统批发业者总是等着客户自己来，或是只给固定的老客户打电话，这种做法有一定局限性，也是传统批发业无法扩大规模的原因。如果只想开个小店，可能永远无法创建品牌，在市场中生存，危险性也越大，当行业环境不好时，就有可能遭遇“灭顶之灾”。所以，把小店做成企业是最好的办法，只有这样，传统行业才能迎来生机。当然，最关键的是，批发业者要有创新意识。

所谓创新，是要创造新的生意经，不仅要稳住老客户，还要不断发展新客户。“等着别人来找你”的时代已经过去了，商家必须树立自己的品牌，谁的口碑好，谁就能在市场中立足。



赢在未来

——互联网的颠覆与机遇

李先生在批发行业已经做了十几年生意了，他积累了不少财富。然而，近几年市场的情况似乎比之前差了些，有人和他说起过“阿里巴巴”，于是李先生仔细研究了一下。他找到了同样在网上做生意，与其他商家不同的、阿里巴巴能成为“国内第一大电商”的原因，那就是创新！

李先生觉得，既然要做生意，就得做大做强，不能仅仅满足于开小店。于是，他制订了一系列方案，包括资金、客户管理、门店运营、配送流程等，意在把握老顾客的同时，不断发掘新客户。方案定下后，李先生就带着伙计照做。正当大家都不相信会有成效的时候，他已经谈下了一笔大订单。

这笔订单是给某酒店运送水产品。据酒店负责人说，之前每次订货都要派人盯着，因为生怕出问题，而且批发商给的价格忽高忽低，非常没有规律，有点漫天要价的感觉，加之不管配送，酒店必须自己带车去，这些都增加了他们的成本。

而李先生给他们开出的条件很诱人：只需一个电话，就能按时将货物送到酒店，由他们当面签收，非常安全便捷。

几次来往后，该酒店便指定李先生为他们送货。逐渐在行业内建立起口碑的李先生，不断接触其他新的客户，他们都对李先生所在水产店的运营制度表示赞赏，纷纷与他签订了购销合同。

同行都很羡慕李先生，认为在行业环境遇冷的情况下，他还能保持营业额的增长，着实不容易。在李先生看来，这一切都得益于对创新一词的理解，汲取阿里巴巴优点，并找到适合自己的发展之路，通过有效改变，让生意更加红火。

国内批发业的增速之所以放缓，主要是因为常年固守陈旧的模式，一

且失去固定客户或遭遇房东提价，利润马上就下降了，甚至变成亏本买卖。总的来说，传统批发业者需要改变经营理念，同时对企业进行调整。

试想，如果将批发业做得像服务业一样，情况是否会好很多？届时，传统批发业者能够主动联系各个商户，例如代理、配送、连锁、超市、大卖场、精品店等。销售渠道一旦拓宽，资金就会从四面八方涌来。

用小店经营批发业，局限性特别大，而以企业的面貌出现，则会让买家增加对批发者的信任感，想要实现这个目标，就必须整合好周围的资源。让传统批发业与新型企业形态相结合，前者才能保持活力，不断焕发生机。

从李先生的案例看来，他之所以受到客户的青睐，不仅在于提供了物美价廉的商品，还解除了客户的一切后顾之忧。只要对方一个电话，水产品就能按时送到酒店里，这在很多传统批发业者看来是难以想象的。

在人们根深蒂固的观念中，批发就是等着客户上门，只把东西卖出去，后面的其他事情全部由客户自己完成。随着电商的发展，客户越来越反感这样的批发形式了，因为他们找到了更好的进货渠道。

所以，想要在竞争激烈的市场中占有一席之地，就必须对原先的观念进行调整。把批发做到令客户满意，不仅要主动寻找客户，还得让他们体验优质服务。传统批发业者为客户节约时间，就是为自己增加财富。

将批发业“搬到”网上

这是一个电商当道的时代，并不是因为有了它才压垮了传统批发业，而是因为后者在经营过程中存在很多不足，而阿里巴巴弥补了这些不足。