

Internet+

Big beauty industry

亚洲创富整合教育实战专家

JACKY LU

最新作品

互联网+

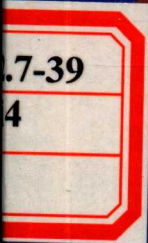
FALL TO THE GROUND 大美业

中国第一本专为传统美业定制的互联网工具书

手把手教你转型、点对点领你创业

草根也能读懂的互联网+

陆中浪/胡斌 编著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

互联网+

FALL TO THE
GROUND 大美业

陆中浪 / 胡斌 © 编著

图书在版编目 (C I P) 数据

互联网 + 大美业 / 陆中浪, 胡斌编著. -- 北京: 北京联合出版公司, 2016.3

ISBN 978-7-5502-7287-3

I . ①互… II . ①陆… ②胡… III . ①互联网络 - 应用 - 企业管理 - 研究 IV . ① F270.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 054332 号

互联网 + 大美业

总 策 划 | 刘志则

编 著 | 陆中浪 胡 斌

责任编辑 | 杨 青 徐秀琴

监 制 | 李广顺

策划编辑 | 刘建华

封面设计 | 肖 曼

版式设计 | 肖 曼

营销推广 | 周莹莹 徐 畅

出版发行 | 北京联合出版公司

北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层

邮编: 100088

经 销 | 新华书店

印 刷 | 北京艺堂印刷有限公司

开 本 | 710mm × 1000mm 1/16

印 张 | 16.25

字 数 | 250 千字

版 次 | 2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-5502-7287-3

定 价 | 45.00 元

版权所有, 侵权必究



◎百度副总裁曾良和曹佳中副市长共同为“百度营销大学无锡企业培训中心”揭牌，陆中浪老师担任中心校长



◎陆中浪老师创办的淘商学院崇安电商园创业中心正式成立！市商务局袁副局长为创业中心揭牌。史副市长、省知识产权局局长、区委书记等领导出席仪式



◎陆中浪老师与亚洲最大网络零售平台——淘宝网创办的淘宝大学授权强强合作，创建成立了“淘商学院”



◎陆中浪老师与胡斌老师联合各大行业协会发起的中国国际物联网营销节在全国各地产生巨大影响



◎国务院国资委轻工机关服务局的领导及全球各行业协会会长共同启动发起的世界美业大会（The world of beauty industry alliance conference，简称WBIA），由陆中浪老师担任WBIA主席

◎经国务院领导机构批准创办的中国计算机函授学院共同成立了中国计算机函授学院电商学院和形象美妆学院，陆中浪老师担任院长



中国计算机函授学院文件

关于申请成立“中国计算机函授学院电商学院”的请示批复

院发[2016]第10号

院发[2016]第10号

院发[2016]第10号

国务院科技领导小组

院发[2016]第10号

关于创办“中国计算机函授学院”的批复

院发[2016]第10号





◎中国新闻摄影学会副会长、中国地市报新闻摄影学会郑石明会长、中国教育电视协会副会长许益超和陆中浪老师联合全国50多家各行业协会商会等单位支持主办发起的CIDF中国国际形象节，已成为中国及亚洲首屈一指的时尚美丽产业专属的国际平台盛典

◎金尚奖是美业时尚界权威的大奖，是国际三大最受瞩目的美业时尚盛会之一，有美业时尚界的“奥斯卡”之称。全国工商联美容化妆品业商会会长马娅女士以及彭玉玲、张玲亚、巨邦郭东、哈尔滨女王刘佟、美美咨询钱浅、虞美人国际于文红、曼都国际赖孝义、椰岛曹骋、夏曼、谢腊梅、杨树云、霍起弟、刘秉奎、秦怡、甄继先、马锐等都曾荣获金尚奖



◎每年32场活动的ABF (Asian Beauty division Festival) 亚洲美妆师节，作为发起人之一的陆中浪老师本着“发掘亚洲好作品、推动年轻美巨匠”的宗旨，促进和提高了亚洲美妆在世界美妆界的地位

◎陆中浪老师发起的中国国际舞蹈文化艺术节，吸引了来自全球十六个国家的舞蹈演员及全国近千位巅峰舞者汇聚一起，进行激烈而惊艳的强强对决





◎每年在全国 200 多个城市举办的中国星网模大赛及中国星网模学院，陆中浪老师希望打造中国最具活力的电商与美丽品牌赛事

◎国际体坛巨星丁俊晖出席由陆中浪老师发起的中国新娘皇后大赛，这是全国以房产、装饰、家具、汽车冠名赞助和电视直播、奖励跑车、百家媒体聚焦的时尚大赛



◎中国美妆合伙人创业会成立，陆中浪老师希望世界上每一位美妆师都成为百货集团总裁，并带动上万名“80后”“90后”成功创业

◎陆中浪主席发起的“万人大赛”2016 中国国际形象节之第八届中国国际形象美妆美甲美睫大赛暨第三届中国国际纹饰艺术大赛将于 2016 年 5 月 16 日在上海举行



前 言 /

为什么写？

凡事都有个由头，本书也不例外。为啥要写这本书呢？三个字：被逼的。

一是被朋友逼的。你看看，现在到处都在谈互联网。一会儿这个说法，一会儿那个说法，众说纷纭。有点晕。到底什么是互联网？我们想知道真相。到底美业人如何才能玩好互联网？赶紧支招。

二是被行业逼的。中国美业是千亿级市场，有 600 万从业人员。现如今行业竞争到了白刃战阶段。行业内部缺乏创新，一味拼价格，颇有“民不聊生”之叹。

三是被大势逼的。“十三五”规划了“网络强国战略”。人类社会已进入信息时代。大众创业、万众创新的大幕已然拉开，用互联网思维变革美业，让美业再次进入下一个“黄金 30 年”，迫在眉睫。

会怎么写？

为了让普通人都能读懂，采用独创的“互联网写书法”，此法的形式是“二不二真、一多一短”。

第一个不：不搞云里雾里的理论派。

第二个不：不搞长篇大论的叙述派。

第一个真：真人言论实录。

第二个真：真实 O2O 案例剖析。

一多：多图片模式，有图有真相。

一短：短篇幅模式。不废话，说核心，利于碎片化阅读。



为谁而写？

如果你是一个想转型的传统企业家；

如果你是一个传统美容美发美妆店的老板；

如果你是一个想创业的、现在还在美业工作的员工；

如果你是一个想了解当下 O2O 企业现状的创业者；

.....

本书就是为你而写！

书中搜集了大量的实操案例，有成功的，也有失败的；有外界对案例的评论，也有创始人自己的思维；有美业的内行自己创立的，也有外行进入的。本书将从多个角度为您剖析互联网 + 美业的各种实操方法。其中的成功和失败都是前人为后人留下的树荫。

推荐序 /

就在前几天，眼见自己和陆中浪先生合著的职场励志管理智慧畅销书《桥梁——解放“忙”老板，唤醒“懒”员工》在全国各地卖得如火如荼。忽然，某日，接到陆先生助理微信留言：小刀老师，陆主席新书《互联网+大美业》即将出版，邀请您作序……随即，邮箱里收到书稿，中浪国际集团办事效率真的让人佩服。

坦率地说，这本新书稿来势汹汹，让我这个心境平和的家伙都被深深震撼：今年9月底那本《桥梁》刚刚正式出版上市，两周前陆中浪先生和我通电话时激情澎湃地聊到的却是狂热创作中的《爱情的“桥梁”》！还有，要知道他18岁开始创业，如今拥有超过20多家公司；他读书无数，担任很多时尚行业与社会职务，他主讲的“智慧之道系列”总裁课程持续火爆，各地政府找他共同开拓“互联网+”的创新产业园，无数年轻人争相通过上学与创业，成为他发起的“中国美妆合伙人”……我想说的是，陆中浪先生开创公司众多，职务头衔众多，全国各地投资合作讲课授业的邀请众多，而在这么多的“众多”包围之下，他永远激情洋溢、精力充沛、效率超高——“我最大的梦想就是成就所有人的梦想”，是的，因为有近距离的接触和深入交流，我能够被这个年轻男人生命中的火焰照耀，所以，他能够在百忙中如此高效创作出这本新书，虽然出乎意料，却也在情理之中。

2015年的春天，是“互联网+”的春天，各种火热的创业、成功的合伙风起云涌。在中国大美业，“互联网+”或许更热，全国各地大大小小的展会、论坛、峰会、嘉年华上不断催热这个本来就很热的关键词，数十个“美业O2O”电商



平台火热入市，甚至身边普通美业老板和美妆顾问张口闭口都是“互联网+”，似乎在今天你要是不说这个词儿就显得太OUT了。

且慢，我们到底是真的热爱，还是稀里糊涂人云亦云地跟风迷失？

就像那美好的爱情一样，我们是长大成熟了依旧纯真热烈地爱，还是幼稚无知朝三暮四地迷？

就“互联网+”这件事，我也是门外汉。虽然也创设了自己的公众号“婚恋管家”，每天离不开邮箱微信，甚至在朋友圈火热地分享着小刀品鉴梨膏糖，但是，我心里清楚，咱只是互联时代最末梢享受到科技便利的普通人。如果没有专业研究，没有系统理论和方法支撑，没有亲身实践，如何敢妄言？

那么，对于像我这样的门外汉，对于千万的美业从业者，“互联网+”需要学习吗？如何学习？如何学以致用？

这些问题，在陆中浪先生这本凝聚着智慧和心血的新书《互联网+大美业》中都可以找到答案。我自己仔细阅读了书稿，说实话，只要走进这些文字，你就很难放下这本书：大咖、草根、传统企业如何看待“互联网+”？连接、创新、跨界这三个“互联网+”的现象你注意到了吗？如何理解“+”的五个层次？

“互联网+”给传统企业的“当头六棒”是哪六棒？线上推广展示的七大途径和二维码实用技巧，互联网+大美业的现状报告让我们清醒看懂经营瓶颈和消费者消费趋势变化，“互联网+”如何引爆美业……全书波澜壮阔又精细入微，作者针对性开创了互联网写书法：真人言论实录，真实O2O案例剖析，有图有真相，短篇幅模式，不废话，说核心，利于碎片化阅读，适合广大读者快乐高效阅读，并直接指导工作生活！

我坚信这本书一定会成为具有标志意义的重磅畅销书。

目前，人人、大众、万众这些小颗粒度的连接“细胞”，亮点从“人人皆可成才、人人尽其才”到“人人皆可创新、创新惠及人人”之火，用“互联网+”连接人性，用“互联网+”培育生态，用“互联网+”锻造竞争优势。

互联网、服饰、整形、美妆、美甲、摄影、美容美发院、化妆品、教育、上门美容、美甲、化妆、无缝连接、连接一切、跨界融合、协同创新，这些原来看起来不搭界的字眼，通过这本书，可以让我们自由自在地组合，而且，和我们的日常生活与工作密切相连。2015年“双11”的天猫数据是912亿人民币，

加上京东和其他电商平台，单日总销量达到 1200 亿人民币。书中说：未来的货物主要在哪里？不在大型商场，也不会堆在仓储物流中心，而会在路上！这些数字和分析真实地告诉我们：不论你是张开双手热情拥抱，还是漠不关心冷眼旁观，互联网已经到了我们身边，“互联网+”正在改变生活！

当然，“互联网+”强于连接未来，让连接随时随地随需自然发生。连接一切，没有人这个核心，没有信任这个要素，“一切”就是空谈。不论你是资产过亿的化妆品企业老板，还是连锁会所经营者，抑或只是无数从业人员中的普通一员，自立自强，与时俱进，敬畏人性，强化信任才能笑赢未来！

最后，我愿意分享陆中浪先生的人生格言：我的梦想，就是帮助所有人实现自己的梦想！如今，这本情理交融、实用实战的新书《互联网+大美业》即将正式出版，愿更多有缘人有幸读到本书，共同谱写崭新精彩的大未来！

小刀老师

情感畅销书签约作家

全国美妆日化行业科协副主席

中国校企联盟学会副秘书长

全国卫生产业企业管理协会健康美容分会副会长

2015 年 12 月 1 日于北京

自序 /

未来已经到来。

从儿时开始，我们一直在憧憬着未来。我们总觉得未来是还没有到来的将来。

今日，我们一直在说“互联网+”，在探讨“互联网+”，好像“互联网+”是一个在未来必将出现的神秘怪兽。

你会发现讨论这个问题最多的是谁？不是国家领导人，不是政府官员，更不是马云和雷军。他们说，但他们不是说得最多的，因为他们知道“互联网+”在哪里。

谁受伤最深？受到互联网冲击的，首先就是还没有转型的传统行业的老板们。他们半辈子拼杀江湖，时至今日，曾经非常有效的武功一下子统统不管用了。他们的江湖地位开始动摇了，他们突然发现连个孩子都比他懂互联网，他们突然发现这个世界好像完全陌生了。

那些还没有转型的传统企业，突然有一种莫名的危机感，而这种危机和之前遇到的所有危机还不一样。他们不知道那个家伙是谁，不知道那个家伙长什么样。只知道那个家伙叫“互联网+”。他们感觉到未来是那个家伙在主宰。他们面对未来的那个家伙时感觉很无力。

其实大可不必，未来并不遥远，未来并不可怕，因为未来已经到来。今天我们就已经生活在“互联网+”的时代。

你看年轻人为什么不讨论“互联网+”，就像我们不讨论氧气是一个道理，因为我们就活在氧气的世界里。



既然“互联网+”已经融入了我们的生活，那么我们这些传统企业该何去何从？是生存还是毁灭？

所谓“危机”就是危险后面的机会，面对“互联网+”的机会，我们的选择决定了我们的未来。

大概在十多年前，在军人出身的任正非的建议下，华为成立了一支特种部队，被称为“蓝军”。蓝军是华为非常独特的一个部门，它与军事演习中的蓝军类似。按照任正非的解释，“蓝军想尽办法来否定红军”。

在华为，“红军”代表着现行的战略发展模式，“蓝军”则代表主要竞争对手或创新型的战略发展模式。“蓝军”的主要任务是唱反调，虚拟各种对抗性声音，模拟各种可能发生的信号，甚至提出一些危言耸听的警告。通过这样的自我批判，为公司董事会提供决策建议，从而保证华为一直走在正确的道路上。

2007年，苹果推出了划时代的产品 iPhone，虽然当年包括诺基亚在内的手机厂商都没有把它当回事，但是蓝军敏锐地意识到：形势正在发生变化，终端将会起到越来越重要的作用。为此，他们在当年做了大量的调研工作。

2008年，华为开始跟贝恩等私募基金谈判，准备卖掉终端。此时，蓝军拿出了一页纸的报告，结论只有一条：未来的电信行业将是“端—管—云”三位一体，终端决定需求，放弃终端就等于是放弃华为的未来。由此阻止了终端的出售，为华为的转型留下了余地。

“最好的防御就是进攻，要敢于打破自己的优势，形成新的优势。”不久前，华为总裁任正非的一次内部讲话引发外界关注，他支持无线产品线组建“蓝军”，挑战华为现行战略发展模式，力争“华为”。

无独有偶，腾讯董事会主席马化腾日前在谈及微信成功经验时也坦言，微信这个产品，如果不出在腾讯，不是自己打自己，不是顶着手机 QQ 部门的反对坚持做下去，而是由另一家公司率先推出，腾讯可能现在根本就挡不住。

“主动打破自己的优势”“自己打自己”，是成功企业保持创新力和行业领先地位的手段之一。伴随着以移动互联网、物联网、云计算为代表的信息化浪潮持续推进，创新门槛降低、新商业模式层出不穷，这都为创新提供了土壤。

正如马化腾所言，无论曾经多么领先的创新应用，都存在着持续创新的空

间，也存在被颠覆的可能。那么，究竟什么是颠覆式创新？它又从何而来呢？既有的思维惯性、现有体制机制的束缚，都会制约颠覆式创新的萌芽和生长，尤其对于行业龙头企业，如何尽可能地延长领先技术带来的行业地位和超额利润，往往会成为管理层追求的目标。不幸的是，实践中保守的战略根本无法抑制外部颠覆式创新的产生，反而让自己丧失了再度引领潮流的机会。柯达如此，索尼如此，诺基亚亦如此。

创新呼唤自我颠覆，更呼唤支撑颠覆式创新由内而生的制度保障。华为搭建“红蓝军”对抗体制和运作平台，并明确提出“要想升官，先到‘蓝军’去”的做法，彰显了一个创新型企业未雨绸缪的忧患意识、打破现行格局的远见与勇气，为其他企业永葆创新动力提供了借鉴。期待更多创新企业拥有自我颠覆的勇气，更期待颠覆式创新源源不断地涌现。

2005年淘宝已经击败了易趣，那时候马云把高管们召集到一起说淘宝现在打败了eBay，有一天谁会打败淘宝？大家热烈讨论，最后有了一个共同的答案——将来有一天会有一家B2C打败淘宝。B2C对商品质量、服务、物流等方面的控制，使得购物体验高于很多C2C。

与其被别人打败，还不如被自己打败。2008年阿里推出了天猫（B2C），基于同样的思考，也有了“C2B平台”的聚划算。因为消费者的需求越来越个性化，各种商业基础设施也日趋完善，大家都看好消费驱动生产是一个趋势，B2C平台是商业地产，都是老东西，而C2B才是产业链、经济模式的再造。

经过几年的经营，到了2012年前后，C2C平台、C2B平台，包括B2B平台，阿里巴巴集团都占了市场大半的份额，唯独B2C平台只占了一半左右。这又是一个风险，将来可能有其他B2C打败自己。所以，干脆再让自己来打败自己，在所有的购物网站，特别是独立B2C之前再加一道比较购物的入口，这就是一淘。

任何一款产品、一个公司，甚至一种业态都是有生命周期的，要想长青，只能自己打败自己。无论是华为、腾讯，还是淘宝，都敢于颠覆自己。

马化腾也曾经说过：刚开始公司内部也很不适应这种模式，这不是搞内耗嘛，把东西打乱，不太想这样。但是两面看，因为有时候内部竞争还真的是瞎搞，是捣乱，也没看他做出什么，就是同质化，大家水平差不多，都是你搞我



一下，我搞你一下，然后你不服我不服，最后谁都不成，这种现象还挺多的。

后来大家都认识到：在大的环境变的时候，你的对手或者是假设你挑战你自己，假设你不在这个公司，你有什么破绽我可能会抄你后面，可能不是完全一样的做法，但是你会非常难受，有些优势就成了包袱，有没有这样的动作，如果有的话就会怎么样，别人会出什么招，想出什么办法。当然这个东西其实也不能，因为我们看到很多都是同质化，大家水平、团队水平不是很高，往往做又做不好。

由此可见：未来早就到来，强者早就发现并积极颠覆自己。

今天是信息化的时代，这个时代最大的特点是社会快速迭代，大到那些纷纷倒下的百年企业，小到每天层出不穷的各种电子产品。

这个时代要么自己革自己的命，要么等着被别人革命。

本书就是送给每个要在“互联网+”时代做革命者的大美业人士。或许你是功成名就的美业成功企业家，但现在必须通过自我革命获得新的巅峰；也许你是一个美业外行，想通过做一个产品来颠覆传统美业；也许你是一个拥有一腔热血想创业的美业青年。本书将为你打开一扇窗和一扇门。

这一扇窗将让你看到“互联网+”时代的核心要素是什么。

这一扇门将让你通往自我价值实现的成功人士的道路。

请从这里进入你的未来吧。

第一篇 全面看清“互联网+”的本质

第1章 拨开“互联网+”的神秘面纱 /003

- 一、不同人眼中的“互联网+” /003
- 二、“互联网+”的三个现象 /006
- 三、理解“+”的五个层次 /012

第2章 “互联网+”给传统企业的当头6棒 /015

- 一、思维的迭代：感觉代沟越来越大 /015
- 二、业绩的疲软：企业利润空间压缩 /016
- 三、经验的无效：过往经验毫无用处 /017
- 四、技术的更新：胆量酒量不再管用 /018
- 五、渠道的依赖：销售渠道完全颠覆 /019
- 六、结构的老化：年轻员工越管越累 /020

第3章 “互联网+”时代传统企业转型的6个困境 /022

- 一、头脑束缚——放不下原来的江湖地位和成功经验 /022
- 二、方向不明——搞不懂互联网时代年轻消费者的需求 /024
- 三、管理脱节——不懂得扁平化管理模式 /026
- 四、无人可用——原来的老臣都不懂互联网 /027
- 五、绩效脱节——绩效考核系统没有互联网化 /029
- 六、不敢创新——如果没有颠覆，则称不上互联网化 /030