

来势汹汹的互联网络时代 危机，还是机遇

# 绝对

【互联网环境下，下一个商机在哪里】

# 商机

移动互联时代的商业机会

王卓◎著

华夏智库  
金牌培训师  
书系

人们常说，互联网是创造奇迹的地方

在新的移动互联网时代，谁能抢占先机，或许就能再创行业发展的神话，就能抢先其他企业一步，创造出巨大的商业利益。

互联网是一次新的商机，每一次新的机会到来，都会造就一批富翁。

而每一批富翁的造就就是：

当别人不明白的时候，他明白他在做什么；当别人不理解的时候，他理解他在做什么；当别人明白了，他富有了；当别人理解了，他成功了。

——李嘉诚



中国财富出版社  
CHINA FORTUNE PRESS

# 绝对 商机

移动互联时代的商业机会

王卓◎著



中国财富出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

绝对商机 / 王卓著. —北京: 中国财富出版社, 2014. 8

(华夏智库·金牌培训师书系)

ISBN 978-7-5047-5318-2

I. ①绝… II. ①王… III. ①企业经营管理 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 177324 号

策划编辑 刘淑娟

责任印制 方朋远

责任编辑 刘淑娟

责任校对 杨小静

---

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-5318-2/F·2204

开 本 710mm×1000mm 1/16 版 次 2014 年 8 月第 1 版

印 张 12.75 印 次 2014 年 8 月第 1 次印刷

字 数 165 千字 定 价 32.00 元

---

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

# 前言

## 互联网环境下，下一个商机在哪里

随着生活、社会的变化，人们的要求也在不断产生，不断提高。在过去，我们也有商店，但是今天却出现了超市这个新兴的零售终端；以前也有公车，但是现在却出现了 TAXI；原来也有餐厅，但是如今各种特色的餐厅林立……人们只要有需求，商业就会用各种手段来满足。所谓找到商机，无非就是发现别人的需求。

今天，中国已经进入了虚拟经济和实体经济相结合的时代，谁也阻挡不住社会的发展和时代的进步，在潮流和趋势面前，谁先让别人改变观念，谁就会拥有市场，就会找到信息与商机。

互联网的出现，让地球人之间的距离变得越来越短！现代社会，人们已经离不开网络，网络给我们的生活带来了无尽的便利，同时也给我们带来了很多创业投资赚钱的机会。面对日新月异的技术手段，互联网带给我们的不仅有机会，还有挑战！

21 世纪是信息、网络的时代，离开了互联网，错过的不仅仅是一个机会，而是整整一个时代！今天，随着互联网的盛行，我国已经步入了一个快速发展的互联网时代！

未来的社会，必然会是一个行业细分的、新的互联网时代，随着



各种网络手段的相互融合，技术平台和人们需求的相互结合，必然会创造出更多赢利模式。无论是成熟的传统企业，还是如火如荼的电子商务企业，抑或是以电信、银行、娱乐等为代表的与民生相关的企业，都在努力探索和践行 O2O 模式，因为 O2O 中孕育着极富创新性的商业模式。

在互联网时代，如何抓住商机？如何运用、把握新的利润和生存空间？如何运用新的工具为自己服务？如何找到新的创意点？如何实现模式的创新……为了给读者以答案，我们查找了大量的最新资料，专门编写了《绝对商机》一书。本书内容丰富，论述有据，是一本带领大家领略在网络环境下如何抓住商业机会的成功指南。

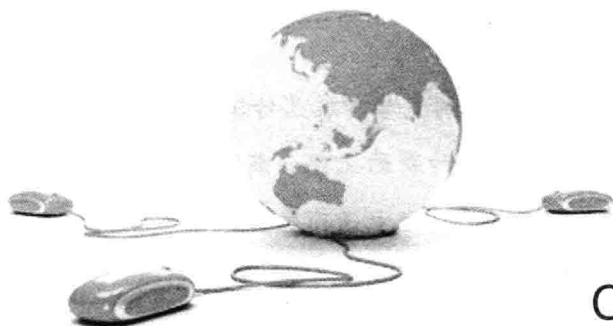
人们常说，互联网是创造奇迹的地方。在新的移动互联网时代，谁能抢占先机，或许就能再创行业发展的神话；就能抢先其他企业一步，创造出巨大的商业利益。

这是一个互联网时代，你准备好了吗？

这是一个充满机遇的时代，你准备好了吗？

作者

2014 年 6 月



# 目录

## Contents

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第一章 危机，还是机遇 ..... | 001 |
|-------------------|-----|

互联网是一次新的商机，每一次新的机会到来，都会造就一批富翁。而每一批富翁的造就是：当别人不明白的时候，他明白他在做什么；当别人不理解的时候，他理解他在做什么；当别人明白了，他富有了；当别人理解了，他成功了。

——李嘉诚

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 来势汹汹的互联网络时代 ..... | 003 |
| 变了，一切都在改变 .....   | 004 |
| 谁打乱了原有的商业秩序 ..... | 007 |
| 危机，还是机遇 .....     | 010 |
| 为社会的变革叫好 .....    | 013 |

## 第二章 把握新的利润以及生存空间 ..... 017

谁是你的竞争者，你最大的竞争者就是传统思维、传统文化，所以你要花很长时间去传达一种新的文化、新的礼仪、对现代生活的理解。15 年前我做互联网，做电子商务，很多人觉得怎么会有人在网上买衣服，现在越来越多。

——阿里巴巴创始人马云

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 从淘宝、凡客诚品说起 .....        | 019 |
| 你真的读懂了客户、知道客户的需求吗 ..... | 022 |
| 时代在改变人们的生活与消费模式 .....   | 025 |
| 发现商机的根本——读懂消费者的心理 ..... | 029 |
| 挖掘客户未被满足的需求 .....       | 035 |
| 用时代发展的目光解决客户问题 .....    | 037 |

## 第三章 善用新的科技与工具 ..... 043

信息产业革命是人类有史以来最大的一次革命，也是人类几百年才有的一次机遇。

——美国总统克林顿

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 手机，不仅只是通信工具 .....    | 045 |
| 云数据，发现商机的最佳数据库 ..... | 048 |
| 让消费者离你的距离更近 .....    | 054 |
| 善用“三微”撬动大经济 .....    | 060 |



#### 第四章 找到好的创新创意点 ..... 073

创新是做大公司的唯一之路。

——管理大师杰弗里

创新，发现商机的根本 ..... 075

发现与创造商机的 14 条途径 ..... 078

#### 第五章 模式革新，创造、把握绝对商机 ..... 113

互联网已经从“网民”“网友”时代进入“网商”时代，等  
你看清楚时已经晚了。

——马云

商业模式，商业赢利的根本 ..... 115

模式革新，跟得上时代就拥有绝对的商机 ..... 118

形成自我商业模式获取商机的方法与途径 ..... 121

#### 第六章 禁忌与忠告 ..... 153

如果错过互联网，与你擦肩而过的不仅仅是机会，而是整整  
一个时代。

——8848 老总王俊涛（中国互联网之父）

读懂大环境，把握大趋势 ..... 155

危险的不是社会在变，而是思维不变 ..... 175

顺时、创新——挖掘绝对商机的根本 ..... 179

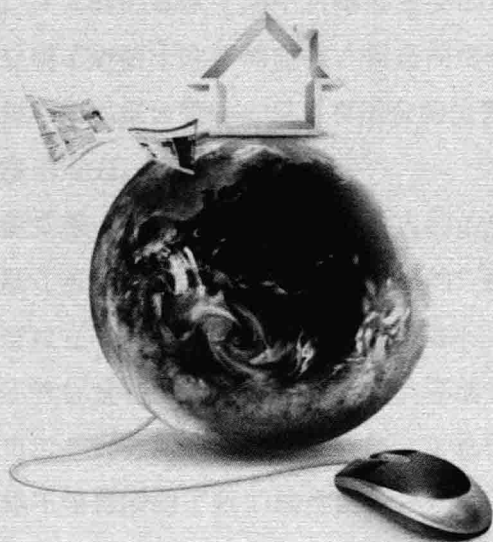


---

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 用眼睛看，更要用心去想 .....      | 181 |
| 培养预见力，没有预见力就没有商机 ..... | 184 |
| 记住，明天的利润才是真正的利润 .....  | 188 |
| 参考文献 .....             | 193 |

## | 第一章 |

# 危机，还是机遇



---

互联网是一次新的商机，每一次新的机会到来，都会造就一批富翁。而每一批富翁的造就是：当别人不明白的时候，他明白他在做什么；当别人不理解的时候，他理解他在做什么；当别人明白了，他富有了；当别人理解了，他成功了。

——李嘉诚

---





## 来势汹汹的互联网络时代

在今天的社会，网络已经成为人们生活中重要的、不可或缺的一个组成部分，在人们的日常生活中占据着重要的地位。从网络出现到现在，虽然只用了短短十几年的时间，但是网络已经渗透到了社会这个大机体的每一根毛细血管中。只要有适合的位置，有适合的时间，网络就会不断渗透进去。

有些人可能觉得，网络的急速发展会给人们的生活带来一些不必要的麻烦和问题。可是，从客观上来说，网络的广泛使用却将地球的各个细枝末节连接在了一起，让地球变得越来越小。无论你是在北京，还是在上海；不管你是在城市，还是在乡村；不管你是在国内，还是在国外……都可以与远方的朋友们互联信息、互通有无。

其实，网络不仅影响到了我们的生活，还对商业的发展造成了巨大的影响，给企业带来了更多的机遇。

从古到今，从商都是一个获利比较丰厚的行业。不可否认，改革开放之后，我国的整个商业局面发生了翻天覆地的变化，从商者的成功经验告诉我们：在今天这个快速发展的社会，想要获得物质的巨大满足，就要从商。可是，从商与网络有着怎样的关系呢？

对于淘宝商城、京东网、卓越网等这些大型的购物网站，绝大多数的人都很熟悉。如果离开了网络，这样的网站可以建立起来吗？他们可以实现赢利吗？答案当然是否定的！

而且，现在还出现了很多新的网络平台，例如：大家都熟悉并且精通的微博。微博的出现虽然只有短短的几年时间，可是现在哪个年轻人没有微博？哪个年轻人不是“微博控”？当然，我们在这里讨论的不是微博平台，而是这些新技术带给我们的商业契机。

今天，网络营销已经走向了一个顶峰。随着网络的出现，一些流行玩意儿相继出现……就这样，网络营销向前发展起来，所有的这一切都是为商业服务的。

当然，我们也不是说，只要有网络营销，商业才会向前发展。商业的发展不仅要依靠一系列的网络营销手段，本身也应该具有一定的实力，一定的吸引人的资本。例如：让自己的产品更加吸引人。现在，淘宝商城之所以受到大量消费者的欢迎，受到这么多人的追捧，其中的一个重要原因就是，进行了大量的网络营销活动，另一个因素则是网站的布局和建设。

不可否认，这种巨大的变革，简直就是一个奇迹！通过十几年的发展，互联网和电子商务已经改变了我国的商业形态。在十年前，对于很多人来说，足不出户通过网络买到基本生活品，是一条全国性的新闻。可是，在今天，很多人的第一购物渠道便是网店。

互联网对我国商业模式和形态的影响，着实令人惊奇！

## 变了，一切都在改变

互联网改变了商业模式！依托网络，企业依然可以有很大的发展空间。不难想象，互联网还会诞生一个个令人惊叹的商业模式！

互联网永远是诞生奇迹的地方，无论是卓越亚马逊，还是谷歌，这些公司都是凭借着互联网的影响力，创造了一个个的商业奇迹。毫



无疑问，这种奇迹在互联网中还将继续下去。

清晨，被手机铃声叫醒，起床；去洗手间时，用手机浏览最近几天的新闻。

上班途中，地铁里，公车上，人们都在举着手机或平板电脑查看邮件。

中午，和朋友一起聚餐。到了餐馆，寒暄之后就用手机“签到”；上了菜，掏出手机拍下照片，上传到微博。

下班路上，选择“愤怒的小鸟”，和那几只偷笑的猪来点厮杀，可以令人开心片刻。

晚上，睡觉前，用手机上个微博，浏览一下购物网站。

.....

这样的一天，有没有你的影子？就这样，在不知不觉间，各种移动智能终端陪伴我们的时间越来越长，并在潜移默化间已经渐渐改变了我们的生活方式。

生活方式的变化折射出的是产业的变革，在固定电报电话、移动语音和台式机互联网之后，我国已经迎来了互联网的全新时代。数据显示，2011年第三季度我国移动互联网市场规模达到108.3亿元，同比增长154.6%，环比增长38.9%，整个移动互联网市场爆发之势初显。正因为如此，互联网正在成为一个行业热点。

今天，腾讯、阿里巴巴、百度、新浪等桌面互联网时代的巨头都已经迈出了“互联网”的步伐，不断推出新产品。三大通信运营商都已经投入重金，积极部署了互联网业务，构建了平台级的产品和运营基地。更值得关注的是，随着创业门槛的降低，基于互联网的创业潮正在兴起，并成为资本关注的热点。

今天，移动互联网已经成为信息产业中发展最快、竞争最激烈、创

新最活跃的领域。不过，这一切都还仅仅是个开始，我国移动互联网的发展正在蔓延，它不仅改变了人们的生活方式，还带来了产业链的全面重构，通信、IT 制造、软件、出版、卡通等都在随之发生改变。不仅如此，互联网还催生出了新的产业形态、业务形态和商业模式。

随之而来的，是互联网业务的发展重心、用户消费方式和业务组织模式的重要变化。以应用程序为中心的应用商店模式改变了用户使用、购买互联网服务的方式。数据显示，在不到 3 年的时间里，苹果 App Store 的程序下载量已经多达 140 亿，通过 iTunes Store 已经售出了 150 亿首歌曲，成为全球最大的音乐零售商；iBook Store 已经下载了 1.3 亿本电子书，所有的主要出版商都已经加盟。

生活意义的背后是商业价值和产业机会！在互联网时代，“垃圾时间”的概念已经过时，等人、公交上、上洗手间……都是黄金时间。电子商务网站乐淘网发现，全天第一订单高峰期是早晨 6:00 ~ 7:30，最晚订单高峰期则是夜里 1 ~ 2 点——前者是早上起床后洗手间的時間，后者则是睡觉前。为此，乐淘把员工的上班时间调整到了早上 5:30。

除此之外，内容也在变化。制作和发布内容的成本变得越来越低廉，差异化程度高的 UGC 内容成为主流。以微博为例，从 2010 年年底到 2011 年 6 月底，我国的微博用户从约 6311 万跃升到 1.95 亿，增长率为 208.9%。

随着互联网的普及，互联网的影响不仅超越了互联网行业自身，还超越了作为降低成本、提高效率和拓展市场的工具的作用，日益广泛地影响到了几乎所有的行业，对企业的组织管理、商务模式和行业格局造成了重大的影响。

互联网打破了过去对于行业的界限，使得巨头纷纷把目光瞄准了



互联网。当手机中出现了音乐的时候，商家开始在线销售，个人则开始在网上理财，这已经超出了过去某个行业所辖的范畴。

互联网极大地释放了消费者的个性需求，产生了新的生活方式——互联网生活方式，而这种生活方式造就了新的利润区域。可以说，互联网正在导演新商业模式的上演。

目前，最热门的概念是 Web2.0。在此之前，用户的互联网体验与看电视类似，都是在被动地接受服务提供商的内容。Web2.0 则大大提高了用户的主动性，例如，视频共享网站和社交网站都使用户成为了内容创建者。

互联网越来越展现出互动的一面，这种互动让企业与消费者之间的距离逐渐缩短，传统企业们不得不接受“日渐强大的客户力量”这一事实。

在商业领域，这种方式正在颠覆传统的生产与消费关系，处于供应链下游的客户力量已经使每一种转变都成为自下而上的普遍现象，企业只有向服务转型，才能满足“客户力量”以及它们在追逐“个性化”方面的需求。不管是不是直接面对最终的消费者，任何一家企业都无法回避这一点。

## 谁打乱了原有的商业秩序

不知不觉中，越来越多的科技成果已经走进了我们的生式，改变了或者正在改变着我们的生活方式，对我们的未来产生了始料不及的巨大影响。

早在 1999 年，宽带网络才刚刚在世界上盛行。可是，经过这短短的十几年时间，网络、计算机、数字化媒体已经使我们的世界发生了

天翻地覆的变化。人们的工作、生活，甚至是人类的战争等，都与科技发生了紧密的联系。

十几年前，为了查找资料，人们必须在图书馆里泡上一天，甚至更长时间。可是，在科技、互联网高度发达的今天，只要有一台电脑和一根网线，就可以在自己的家里快速地查阅到所需要的信息。这就是科技的力量！

从根本上说，传统的营销都是“看得见、摸得着”的有形商品，而网络却带来了不一样的视觉冲击力。虽然人们看不见实物，却可以通过各式精致的图片、视频等方式进行浏览。这种营销模式自然会转变消费者关注的目光，当消费者将自己的目光投在那些吸引人的图片上时，就会引发购买兴趣，激起购买的渴望。

当消费者对某种产品产生了渴望时，自然就会对产品进行具体搜索，从而加深对产品性能特点的记忆过程；当消费者确定好所有信息后，便会自然而然地采取行动，掏钱购买。而且，如果消费者习惯于将购买成功的“战利品”分享到公众平台，就更容易引起多方人群的关注……按照这个流程循环下去，就会形成一个以网络为载体的具有一定规律性的新型消费模式。

在这一过程中，网络会对消费者产生哪些影响呢？消费者会出现哪些实质性的改变呢？通常来说，主要包括以下几点：

### 1. 消费者心理的改变

在传统营销模式中，一套标准化的流水线生产方式及营销渠道沟通方式始终会压抑消费者的个性；而且，消费者必须接受集群式的服务。可是，在今天的网络时代，消费者对个性化消费行为与消费需求的追求，已经对消费的潮流形成了冲击，而社会生产技术的不断