

# 企业



# 生命力

## 商业逻辑梳理手册

闫真诚◎著

什么是商业逻辑？如何运用商业逻辑打造你的商业帝国？  
本书采用POP的设计与排版，以书本为载体，再现课堂式  
学习的新方式，帮你更快地实现自己的商业梦。





# 企业

# 生命力

闫真诚◎著 / 商业逻辑梳理手册

P F270  
2004

 企业管理出版社  
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

企业生命力:商业逻辑梳理手册 / 闫真诚著. --北京:企业管理出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5164-0454-6

I. ①企… II. ①闫… III. ①企业管理—商业模式—手册 IV. ①F270-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第185832号

---

书 名: 企业生命力:商业逻辑梳理手册  
责任编辑: 谢晓绚  
选题策划: 刘 刚 闻希三  
书 号: ISBN 978-7-5164-0454-6  
出版发行: 企业管理出版社  
地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编: 100048  
网 址: <http://www.emph.cn>  
电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68414644  
编辑室 (010) 68701891  
电子信箱: [emph003@sina.cn](mailto:emph003@sina.cn)  
印 刷: 北京建泰印刷有限公司  
经 销: 新华书店  
规 格: 190毫米 × 260毫米 16开本 13.75印张  
版 次: 2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷  
定 价: 98.00元

---

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

闫真诚老师





真诚老师在俄勒冈洲会见商务厅长



威斯康辛州州长斯科特·沃克与真诚老师合影留念



真诚老师与奥巴马总统高级顾问里克·韦德亲切交流



真诚老师与GAT董事局主席泰瑞·马克利夫



美国战略策划人与真诚老师达成合作



真诚老师与美国前总统布什先生

# 前言 Preface

## 本书的高度

本书是一本全自动商业模式设计手册，  
他可以帮助创业家与投资家实现自己的商业梦想，  
颠覆所有存在的，超越所有认为的，  
因为他只属于能够看清未来的挑战者。

## 本书的类型

作为一本品牌与商业逻辑梳理辅导书，  
本书主要采用了PPT的设计与排版方式，  
直观且便于阅读，  
是一次以书本载体，  
再现课堂式学习方法的新尝试。

## 本书的目的

帮助读者更好的理解商业逻辑的重要性，  
吸收所学，最终学以致用。

# 目录Contents

## 第一章 手册介绍

|            |     |
|------------|-----|
| 第一节 阅读价值   | 002 |
| 第二节 读者学习心态 | 003 |
| 第三节 核心学习模式 | 004 |

## 第二章 让企业基业长青的商业战略

|                   |     |                             |     |                    |     |
|-------------------|-----|-----------------------------|-----|--------------------|-----|
| 第一节 企业生命力之商业规划    | 006 | 第二节 企业生命力之商业逻辑              | 022 | 第三节 商业模式之价值主张      | 134 |
| 一、何谓企业生命力         | 007 | 一、理解商业模式                    | 023 | 一、深度理解价值主张         | 135 |
| （一）形象的理解企业生命力     | 008 | （一）商业模式的产生背景                | 024 | （一）什么是价值主张         | 136 |
| （二）企业生命力的组成元素     | 010 | （二）什么是商业模式                  | 028 | （二）价值主张的重要性        | 138 |
| （三）企业生命力与企业竞争力的关系 | 011 | （三）商业模式的组成                  | 036 | 二、如何提炼价值主张         | 139 |
| 二、企业生命力落地         | 012 | （四）商业模式的表现——红海、蓝海战略         | 039 | （一）先明确企业愿景，知道企业到哪去 | 140 |
| （一）战略规划与经营策略      | 013 | （五）商业模式的意义                  | 043 | （二）再找到企业使命，知道企业从哪来 | 161 |
| （二）企业生命力落地六维度     | 018 | 二、设计商业模式                    | 054 | （三）对内—总结企业价值观      | 185 |
|                   |     | （一）商业模式诊断体系                 | 056 | （四）对外—提炼企业价值主张     | 197 |
|                   |     | 1. 六个问题                     | 057 |                    |     |
|                   |     | 2. 一个游戏                     | 076 |                    |     |
|                   |     | （二）商业模式设计体系                 | 095 |                    |     |
|                   |     | 1. 理论准备                     | 096 |                    |     |
|                   |     | 2. 实际操作                     | 113 |                    |     |
|                   |     | （1）“六六五”法则（六式理论—六个关键—五个步骤）  | 114 |                    |     |
|                   |     | （2）“一五九”法则（一个出发点—五个视角—九宫分析） | 118 |                    |     |

## 第三章 读后思考

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 一、企业生命力落地的六个维度              | 204 |
| 二、如何理解商业模式                  | 204 |
| 三、什么是你的商业模式                 | 204 |
| 四、按九宫法则尝试设计出一套商业模式          | 204 |
| 五、在九宫法则里，商业模式的核心是什么，如何提炼和丰富 | 204 |

## 第四章 CTI品牌课程孵化出的真实案例节选

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 案例一：中国品牌创意联盟——从“中国制造”到“中国创造” | 206 |
| 案例二：中国房产联盟——行业优化程序的全面启动      | 207 |
| 案例三：瓷米持家——城市化进程催生商业新逻辑       | 208 |
| 案例四：速美时间——快时代的美丽形象解决方案       | 209 |
| 案例五：108创意产业园——文化与地产的性感交融     | 210 |



## 第一章 手册介绍

第一节 阅读价值

第二节 读者学习心态

第三节 核心学习模式

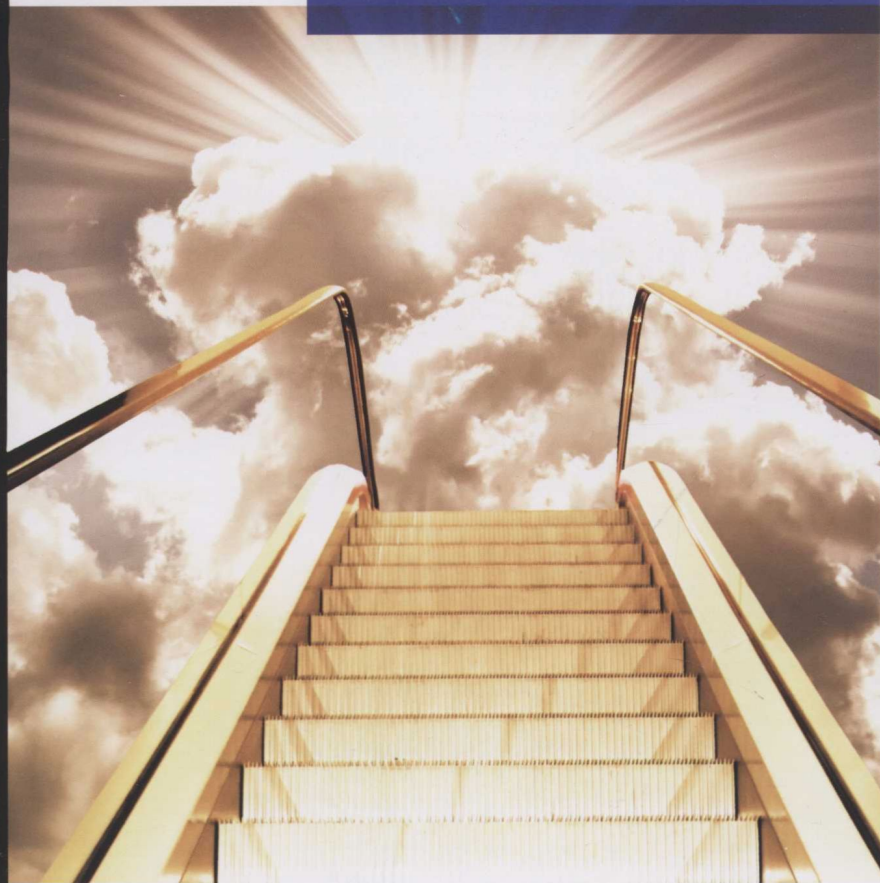
VALUE



## 第一节 阅读价值

三天决定企业命运  
找到企业的“高利带”  
品牌的力度决定企业的高度  
一次头脑的财富风暴  
创新自己的思维定律

## 第二节 读者学习心态



MENTALITY

清零

改变

突破

颠覆

静思

听  
看  
想  
说  
写  
画  
做

演练

互动

分享

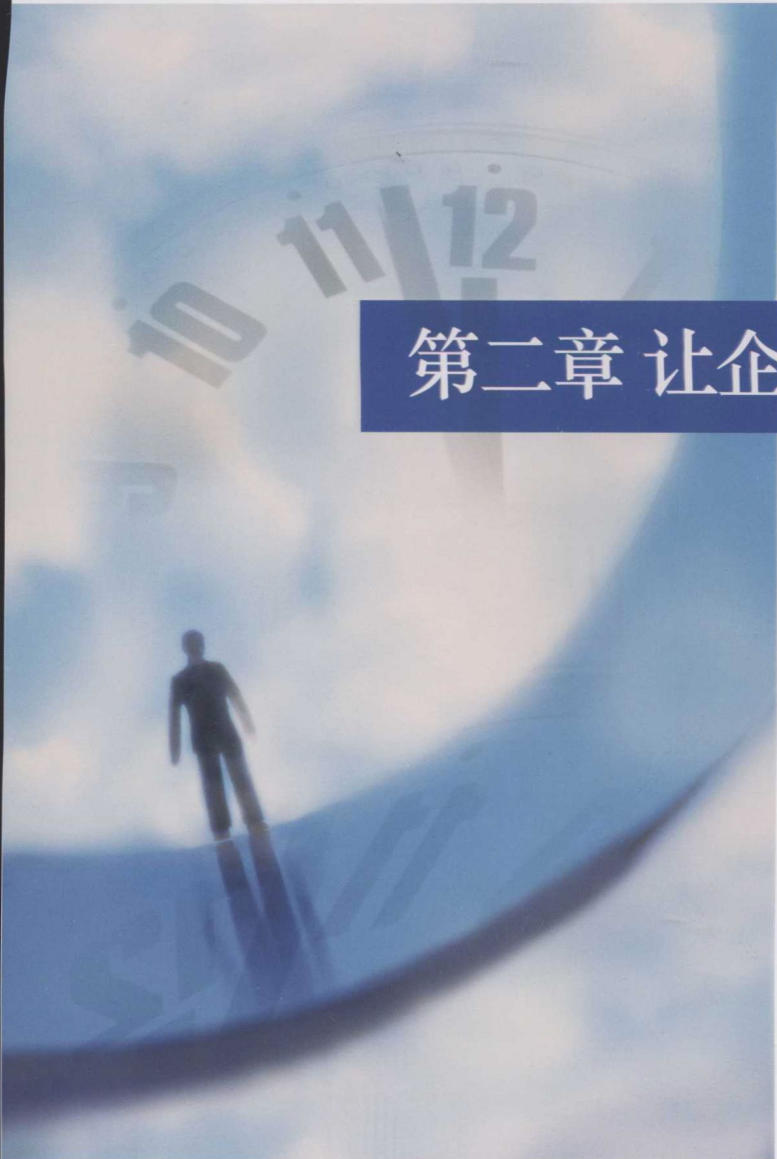
作业

竞赛

LEARNING

### 第三节 核心学习方式

大多数人想改造这个世界，却罕有人想改造自己

A conceptual image showing a person walking on a large, curved surface that resembles a clock face. The numbers 10, 11, and 12 are visible on the clock face. The background is a cloudy sky.

## 第二章 让企业基业常青的商业战略

第一节 企业生命力之商业规划

第二节 企业生命力之商业逻辑

第三节 商业模式之核心价值

## 第一节 企业生命力之商业规划

- 一、何谓企业生命力
- 二、企业生命力落地

## 一、何谓企业生命力

(一) 形象的理解企业生命力

(二) 企业生命力的组成元素

(三) 企业生命力与企业竞争力的关系

## （一）形象的理解企业生命力

为什么企业生命力短暂？

什么是企业基业长青的根本？

企业生命力指一个企业生存发展，尤其是持续发展的能力。提升企业生命力是企业养生的最终目的，也是落地式咨询的主要内容。



以狼和狗的对比为例：狼有牙齿，狗也有；狼有鼻子，狗也有。乍一看，狼有的，狗都有。然而，面对极为稀少的猎物，狗只能吃猎物的血肉，大多连骨头都不能吞下。可是，狼不仅能消化掉猎物的骨头，甚至连最细微的毛发都能消化殆尽。这就是生命力。

企业也是如此，制度、战略、体系等，该有的大家都有，然而，虽然都是制度，但狼性企业真的通过制度规范到全体员工的行为，而一般企业的制度往往只是放在某个铁皮柜子中厚厚的几本书和文件。这就是企业生命力的区别。