

《商业模式的力量》

图书基本信息

书名：《商业模式的力量》

13位ISBN编号：9787508637877

10位ISBN编号：7508637879

出版时间：2013-4

出版社：中信出版社

作者：彭志强

页数：208

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《商业模式的力量》

前言

《商业模式的力量》

内容概要

《商业模式的力量》

作者简介

彭志强，盛景网联咨询培训集团联合创始人、董事长，华创盛景基金创始合伙人，曾任上市公司紫光股份副总裁。他是中国管理咨询培训业界“资本运营+商业模式”实战式咨询培训的开创者，有着极为丰富的企业实战经验和前瞻性战略眼光，并致力于打造中国领先的管理咨询培训集团。

《商业模式的力量》

书籍目录

前言 第一章 商业模式的力量 中国企业的唯一出路：商业模式创新 商业模式与企业经营系统 案例分析 百丽鞋业：中国零售市值之王 第二章 商业模式创新 商业模式创新的关键：突破与推翻“假设与前提” 商业模式创新的路径 第三章 杀手级隐性核心需求 精准的目标客户定位 杀手级隐性核心需求 案例分析 民营企业如何成为世界级巨人：百度公司的崛起 第四章 赢利倍增 赢利环节的重组与改变 赢利方式的转变：利润扩张阶梯 案例分析 真正的麦当劳到底是什么？ 赢利属性的再思考 第五章 革命性地降低成本 “挥刀自宫”：彻底消除主要成本 众包模式：Web 2.0生产方式 案例分析 2008年风投第一大悲剧：ITAT服装连锁 第六章 自我可复制 突破资金瓶颈 标准化突破人才的瓶颈 案例分析 最高难度的标准化：携程网“鼠标+水泥”为何能够成功？ 第七章 控制力与定价权 高竞争门槛 商业模式的博弈：控制与反控制 案例分析 孟山都公司为什么很可怕？ 第八章 系统性价值链 系统性价值链 价值链系统再造 案例分析 苏宁、国美电器如何成就霸业？ 第九章 商业模式与资本运作 民营企业百年难遇的资本机遇 商业模式与资本运营互为因果紧密关联 商业模式的资本价值 第十章 商业模式就在你身边 演艺明星们的启示 孩之宝与迪士尼的启示 代理商也可以有商业模式吗？ 后记

版权页：插图：前言 2008年金融危机席卷全球，2012年欧债危机重重，这些都深刻地影响了全球的政治经济格局，也深刻地影响着中国经济的走势和格局。中国改革开放已走过30多个年头，过去30年中国企业所取得的成就几乎完全依赖于“低成本模式”；而今天，除了技术进步所带来的成本下降以外，中国已经进入到劳动力、汇率、土地、环境保护、知识产权保护等成本全面上升的新时代。中国企业的转型升级、中国地方经济的转型升级、中国经济的转型升级，都已经迫在眉睫，箭在弦上！路在何方？无疑，中国企业正迎来一个发展的关键时期，成则达济天下，败则满盘皆输！而其中的核心就在于能否进行商业模式创新。著名管理学大师彼得·德鲁克说过：“21世纪企业之间的竞争，已经不是产品与价格之间的竞争，甚至不是服务之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。”“方向比努力更重要”。商业模式是“企业战略的战略”，商业模式也是企业发展的顶级设计。创新了商业模式，企业就有可能获得“10倍利润、10年成长”，就更有可能对接风险投资、登陆资本市场。正所谓“得商业模式与资本者，得天下”。商业模式是任何一家企业的经营“原点”。没有好的商业模式，技术再好、产品再好、品牌再好，也没有前途。没有好的商业模式，企业就没有前途。我们并不是说产品、技术、品牌不重要，恰恰相反，产品、技术、品牌固然非常重要，但是商业模式更为重要。企业经营需要有前后次序、轻重缓急，所以，企业经营首先应解决商业模式创新的问题，而后再逐步地落实产品、技术、品牌等支撑体系。如果作为企业经营“原点”的商业模式不能进行创新，企业成长也只能是痴人说梦。因此，在商业经营过程中，学习和研究商业模式是最为紧迫且重要的主题。统计表明，全球超过60%的成功创新来自于商业模式的创新。即使是相同的技术，若采用不同的商业模式，也将会产生完全不同的财务结果与资本市场价值。我所创办的盛景网联咨询培训集团至今已举办“商业模式的力量”课程40余期，超过6000位企业家参加了这个高端培训项目，盛景也已经为数百家企业提供了商业模式创新的高端咨询。由此，我们积累了大量的实战案例和经验，这也让我们对商业模式创新的非凡价值更有信心。为什么同样的技术进入不同的企业，经营结果却完全不同？为什么辛苦经营十几年甚至几十年的企业，被新兴企业转瞬间轻松超越？为什么辛苦累积，企业却无法突破成长的“天花板”？为什么中国企业的利润率在全球都是最低的？为什么从制造业、外贸出口转战国内市场，却不知从何下手？为什么企业在与资本市场对接时，总是不得要领？企业家摆脱这些困境的最有效方法就是学习商业模式。学习商业模式就是学习商业经营中最为核心的智慧，学习商业模式才能令企业家少走弯路，突破成长瓶颈，进入高成长、高利润、低风险的黄金区。商业模式是企业经营的方向与原点，相信本书必将给中国企业转型升级、转变增长方式带来新的路径与新的选择。

《商业模式的力量》

编辑推荐

《商业模式的力量》帮您指出了中国绝大多数企业的商业模式普遍存在着严峻挑战。随着环保成本、原材料成本、人力成本等诸多因素的影响，中国企业靠低成本优势的道路举步维艰，从传统的低成本模式转到商业模式创新已经迫在眉睫了。商业模式是任何一家企业的经营“原点”。企业经营首先应解决商业模式创新的问题，而后再逐步地落实产品、技术、品牌等支撑体系。如果作为企业经营“原点”的商业模式不能进行创新，企业成长只能是痴人说梦。因此，在商业经营过程中，学习和研究商业模式是最为紧迫而重要的主题。《商业模式的力量》围绕“商业模式的创新”展开，使企业家学习商业模式，也就是学习商业经营中最为关键的核心智慧。学习商业模式才能令企业家少走弯路，突破成长瓶颈，进入高成长、高利润、低风险的黄金区。

《商业模式的力量》

名人推荐

方向比努力更重要！企业转型与升级的关键是商业模式的创新。本书为读者充分揭示了中国成长型企业转型升级的路径与方法。选对了路，就不怕路远；选对了路，路就不再遥远！——徐井宏 清华控股有限公司董事长“团队+商业模式”几乎是所有VC选择投资项目的标准。对于期望对接资本市场、获得风投关注的企业家而言，《商业模式的力量》是一本必读书。——陈宏 汉能投资集团董事长兼首席执行官创业风潮席卷中国。然而创业的失败率极高，风险极大。其中，最大的风险是商业模式不成熟。本书给中国的创业者和梦想创业成功的人指明了一条清晰的道路，堪称“创业者圣经”。——李汉生 亚杰商会创始会长、华创盛景基金创始合伙人、惠普中国前资深副总裁、北大方正前总裁成功与失败的企业其主要差距在商业模式及执行力方面。欣喜地看到《商业模式的力量》一书为创业者指明了发展的方向，揭秘了成功的方法。建议每一位创业者、企业家、经理人都来读这本书。——颜漏有 华鸿创投集团副董事长兼执行合伙人 德勤永华会计师事务所前首席战略官没有好的商业模式，技术再好、产品再好、品牌再好、资产再大，企业也没有前途！商业模式是企业经营的“原点”，是中国企业转型升级的核心路径。——彭志强 盛景网联咨询培训集团董事长

《商业模式的力量》

精彩短评

- 1、四星未滿三星略超。别的也没看头就几个本土案例可以拿来涨点知识。还是那句话.....以成功求模式总是会有些想当然，其原因正是因为难以复制。
- 2、书的质量不错，内容很好。之前看过那个免费部分感觉很好，所以就买了，挺好！
- 3、非常好，商业模式创新的意义远远大于技术创新
- 4、刚看完10版，确实不错，凭心来讲，这本书可读性非常强，通俗易懂，案例丰富，是一本商业模式入门的精美图书！值得一读！
- 5、不错，很在启示作用。装帧也不错。
- 6、很好的商业模式解读
- 7、我是被书名和出版社误导了，呵呵，读了几页之后发现就是类似培训讲师那种讲管理的书，不超过50页就暴露了本质
- 8、里面的案例都听过，商业模式的本质其实，解放生产力
- 9、董事长亲授
- 10、一位董事长写给千千万万想当董事长的人的书
- 11、宏观架构的重要性。

《商业模式的力量》

精彩书评

1、总体归纳的不错，不过还是过于流于定性分析。这可能是国内著书者的普遍问题。没有定量分析其实，所谓的定性分析其实可能只在很短的时间内能站得住脚。书里不少的案例，并未能经得起时间的考验，而所谓的商业模式，也只是能沦为公司“战略”。

章节试读

1、《商业模式的力量》的笔记-商业模式

商业模式就是企业通过创造“与众不同”的客户价值，设计独特的赢利方式，颠覆行业传统规则，实现自我可复制，突破扩张瓶颈，透过掌控核心资源建立高竞争门槛，最终成功构建系统性的价值链体系或和谐的生态系统。

说简单点就是自己可以复制自己，而别人很难复制你。

商业模式六式

- 1.客户精准定位，杀手级隐性核心需求。
- 2.收入倍增，赢利倍增。（利润扩张阶梯）
- 3.革命性降低成本。（“挥刀自宫”，众包）
- 4.突破自身扩张的瓶颈，实现自我复制。（轻资产突破资金瓶颈，标准化突破人才瓶颈）
- 5.控制力与定价权。
- 6.上下游系统性价值链。

商业模式的创新首先要寻找出“你的假设与前提到底是什么”，然后再来探讨这个“假设与前提”是绝对正确的吗？能被推翻吗？

2、《商业模式的力量》的笔记-第77页

商业模式是“一生一世”还是“一生一次”？你的客户是几年才购买一次你的产品，还是持续地、反复地购买？财务结果注定是天壤之别。

- 1、利乐包装
- 2、惠普打印机

利润扩张的阶梯：风险逐级递增、回报也逐级放大

- 1、服务费（传统模式：广告费）
- 2、分成费（整合营销传播取分成费）
- 3、代理销售（优质产品运营商-初级模式）
- 4、买断模式（优质产品运营商-高级模式）
- 5、投资公司的股权模式（VC模式）

《商业模式的力量》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com