第一图书网, tushu007.com

<<移动互联网>>

图书基本信息

书名：<<移动互联网>>

13位ISBN编号：9787115266194

10位ISBN编号：7115266190

出版时间：2011-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：胡世良　等著

页数：238

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：http://www.tushu007.com

前言

2009年1月7日，我国正式发放3G牌照，从此，我国移动业务发展进入3G时代。
随着3G的快速发展和普及以及智能终端的兴起，如今人们正进入移动互联网时代。
我国移动互联网发展时间虽然不长，但发展迅速，如今移动互联网已成为推动信息产业发展乃至整个国民经济发展的新的增长点，在促进行业发展、推动信息化建设、丰富人民群众文化娱乐生活等方面发挥了重要作用。
　如今，传统互联网时代正在向移动互联网时代迈进，移动互联网是一个快速增长的领域，是一个巨大的“蓝海”。
随着3G网络和智能终端的普及，应用商店模式的崛起，用户对于移动应用的需求也被逐渐激发。
在这个过程中，满足用户商务、生活及个性化需求的移动应用在未来表现出巨大的市场空间。
随着移动微博、手机视频、移动游戏、移动商务、移动阅读和LBs(位置服务)等的快速发展，移动互联网的产业格局与商业模式也正发生着巨大的变革。
任何进入移动互联网的企业只有适应移动互联网市场环境的变化，持续创新，转变发展方式，方能在移动互联网市场竞争中站稳脚跟。
　移动互联网以无处不在的网络接人能力、个性化特征和互联网开放式创新相结合，业务形态、终端形态发生了革命性的变化，爆发出巨大的创新活力。
移动互联网的快速发展吸引了来自终端厂商、电信设备制造商、服务提供商、电信运营商及第三方开发者等众多企业的加入，移动互联网产业格局正发生着深刻的变化，苹果iPhone的强势崛起，颠覆了整个产业。
企业之间的竞争不仅是产品之间的竞争，也是商业模式的竞争、生态系统的竞争，更是企业创新能力的竞争。
在这样一个充满机会、面临竞争和诸多不确定性的环境下，企业寻找适合自身发展的差异化道路更为重要。
　如今，越来越多的互联网公司涌人移动互联网领域，有些公司成功了，如苹果、谷歌、Facebook、腾讯、阿里巴巴、百度、奇虎360、LICWeb、京东商城等，但也有更多的公司失败了，总结这些成功企业的经验和失败企业的教训，探索移动互联网成功模式势在必行，也有非常重要的实践价值。
　近年来，移动互联网产业发展进入爆发期，3G网络不断升级，谷歌、苹果推动智能手机销量翻倍，平板电脑受到追捧，移动应用商店如雨后春笋般涌现，平台开放成为热点，诺基亚和微软结成战略联盟及谷歌收购摩托罗拉等大事件不断出现，互联网巨头们加大了对移动互联网的投入，创新的移动互联网公司层出不穷，新的应用精彩纷呈，《愤怒的小鸟》红遍大江南北……正如英国著名的浪漫主义小说家狄更斯所说：“这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代；这是智慧的时代，也是愚蠢的时代；这是信任的时代，也是怀疑的时代……我们一起奔向天堂，我们全都走向另一个方向。
”　当前，进入移动互联网的企业，一方面面临着巨大的市场机遇，另一方面又面临着竞争、产业格局的变化，企业要在移动互联网时代脱颖而出，只有明确自身的战略定位，重视客户体验，推进产品创新，打造开放的平台，积极抢占移动互联网入口，构建良好的产业生态系统，探索多元化的盈利模式，实施并购、战略联盟等资本经营方式，持续不断进行创新，强化执行力，才能在移动互联网时代获得更好、更快的发展，企业竞争力才能不断增强。
　移动互联网崇尚开放、创新、自由、平等、共享的精神，移动互联网的想象空间超过了其他所有的行业，从拥有手机的数量、使用手机的频次以及低成本带来的最大扩散力，会让人感觉这个行业有无限的想象空间和发展机会。
“适应它，就能发展，不适应它，就要被淘汰。
”在移动互联网这一新兴的领域，没有现成的模式可以照搬照抄，唯有以移动互联网精神为指引，遵循移动互联网规律，脚踏实地，创新发展，走出一条适合我国国情、适应企业自身发展的创新之路，我们相信，越来越多的企业将在移动互联网时代迎来美好的明天。
　我们写《移动互联网：赢在下一个十年的起点》这本书，目标就是要为广大读者奉上一本好书，真正能为读者及其所在的企业带来价值，这也是我们一直追求的。

因此，在写这本书的过程中，我们试图通过大量案例揭示成功互联网企业的经验和做法，总结出移动互联网企业的成功模式，力争做到观点明确、论述有据。
当然这些成功模式不能复制，但可以借鉴，并在借鉴的基础上创新。
我们相信，我们的努力对读者和企业是有帮助的。
　本书的撰写也是集体努力的结果，在中国电信上海研究院钮钢副院长的指导和帮助下，项目团队对书稿框架和内容进行了反复的讨论和修改，通过集体的不懈努力，终于圆满完成了全书的撰写工作。钮钢副院长自始至终对本书的撰写给予了大力支持，并推荐由我带领团队完成本书，他对本书的框架内容、书稿提出了具体指导建议，同时，参与了部分章节的撰写，提供了一些有价值的资料，对完成本书做出了重要贡献；谷海颖同志主要负责第2章、第3章、第6章和第8章这四章中部分章节的撰写，并对客户体验、产品创新、创新运营等方面内容提出许多宝贵的建议，在此表示感谢！
本书也是中国电信上海研究院客户导向转型项目组一项重要成果，本书的撰写和出版得到了转型项目组的大力支持和帮助。
对本书有所贡献的还有季鸿、张超峰、夏雷、陆均、杨会利、李诞新、梁卉等，他们对本书从不同方面给予了大力支持，在此也表示感谢！
　最后，尤其要对中国电信上海研究院李安民院长表示感谢，没有领导支持，本书是难以完成的。李安民院长十分鼓励我们在实践中不断进行总结，努力为中国电信二次转型做出新的贡献。
此外，还要感谢人民邮电出版社刘洋同志对本书出版所做的贡献。
　由于作者水平有限，加之时间仓促，书中必有不妥之处，欢迎广大读者批评指正！
　胡世良　2011年10月于上海

内容概要

本书在把握移动互联网规律的基础上，通过对苹果、腾讯、阿里巴巴、Facebook、谷歌、奇虎360、UCWeb等众多互联网公司成功经验的分析，总结出移动互联网成功的九大法则——制定明确的战略定位，坚持客户导向和注重客户体验，打造具有吸引力的产品，积极抢占移动互联网入口，打造有价值的开放平台，营造良好的产业生态系统，探索多元化的盈利模式，积极推进资本经营和不断提升创新运营能力。
这九大法则在实践中得到验证，同样可以帮助那些进入移动互联网的企业走向成功。

本书内容丰富，论述有据，而且把握行业最新动态，是一本带领大家领略互联网公司如何成功的书籍。
本书对正在进入或准备进入移动互联网领域的终端厂商、设备制造商、电信运营商、互联网公司及内容提供商的企业管理者、管理人员、产品开发人员、营销人员大有帮助，也可作为企业进行移动互联网培训的专业教材，同时还可供关注移动互联网的高校师生以及社会各界人士阅读。

书籍目录

目　录

第1章　移动互联网概述
1.1　移动互联网的本质
1.2　移动互联网发展迅猛
1.3　移动互联网发展的主要特征
1.4　移动互联网商机巨大
第2章　互联网公司成功要素分析
2.1　互联网企业巨头是如何成功的
2.2　互联网公司成功的九大要素
第3章　成功要素之一：制定正确的战略定位
3.1　战略定位的三角模型
3.2　企业战略制定
3.3　客户定位战略
3.4　业务定位战略
3.5　正确的战略定位在哪里
第4章　成功要素之二：坚持客户导向，注重客户体验
4.1　进入客户体验时代
4.2　关注客户体验始于坚持客户导向
4.3　提升移动互联网客户体验的关键要素
案例：苹果注重客户体验实践
4.4　在业务运营中提升客户体验
第5章　成功要素之三：打造具有吸引力的产品
5.1　对移动互联网产品的理解
5.2　如何打造有吸引力的移动互联网产品
案例：腾讯QQ产品创新实践
5.3　实现从模仿到创新的飞跃
5.4　移动互联网产品创新的十大准则
第6章　成功要素之四：占领移动互联网入口
6.1　占领移动互联网入口的意义
6.2　移动互联网入口的主要分类
6.3　移动互联网入口之争
6.4　争夺移动互联网入口的本质
6.5　成功在于占领移动互联网的入口
案例1：UC优视
案例2：新浪微博
6.6　占领移动互联网入口的主要策略
第7章　成功要素之五：打造有价值的开放平台
7.1　什么是开放平台
7.2　开放平台成功的关键要素
7.3　应开放哪些能力
7.4　开放与繁荣
案例1：腾讯——走上开放之路
案例2：淘宝——平台开放，打造电子商务生态圈
案例3：Facebook——开放平台的力量
案例4：谷歌 Andriod——开放才是硬道理

7.5　开放平台的几个关键问题
第8章　成功要素之六：构建合作共赢的产业生态系统
8.1　产业生态系统的内涵及主要特征
8.2　取胜于建立良好的产业生态系统
8.3　打造良好的产业生态系统的主要原则
8.4　创新合作模式，推进移动互联网产业生态建设
8.5　生态系统与平台经营完美结合
第9章　成功要素之七：多元化的盈利模式
9.1　影响移动互联网盈利模式的主要因素
9.2　移动互联网盈利模式现状
9.3　移动互联网盈利模式分类
9.4　移动互联网重点应用盈利模式
9.5　移动互联网盈利模式任重而道远
第10章　成功要素之八：资本经营的力量
10.1　资本经营——移动互联网行业发展之路
10.2　互联网企业掀起上市热潮
10.3　通过收购兼并实现战略扩张
10.4　实施战略联盟推进平台经营
10.5　资本经营的主要风险及防范
第11章　成功要素之九：不断提高企业运营创新能力
11.1　移动互联网崇尚创新精神
11.2　失败的互联网公司是如何逐步衰落的
11.3　拥有杰出的领导者和管理者团队
11.4　成功的互联网公司是如何营造创新的企业文化的
11.5　建立柔性的组织模式
11.6　大力提升企业创新能力
11.7　打造激情创新、训练有素的员工队伍
参考文献

章节摘录

版权页：插图：1.3 移动互联网发展的主要特征如今，人们正阔步进入移动互联网时代，智能手机兴起、3G渐入佳境、4G即将进入试商用阶段……诸多因素催化下，移动互联网正在成为人们最受益、最依赖、最便捷、最时尚的生活方式，移动互联网的迅猛发展为进入移动互联网的企业带来了难得的发展机遇。
因此，把握移动互联网时代的特征对加快移动互联网发展、抓住移动互联网发展机遇、促进企业更好更快地发展具有重要意义。
概括起来，当前移动互联网时代主要呈现如下几个特征。
1.客户长尾化需求、碎片化需求日益显著当前，满足客户需求是企业转型发展的根本，如今人们正进入3G移动互联网时代，移动互联网时代的客户需求呈现多样性和多变性特征，而且碎片化需求趋势日益明显，业务种类和数量正呈现井喷式增长，很难再出现像SMS等杀手级服务应用，而更多地依赖个性化需求驱动的业务发展。
2004年10月，美国《连线》杂志主编克里斯·安德森（Chris Anderson）首次提出了长尾理论（LongTail Theory），并指出：“商业和文化的未来不在热门产品，不在传统需求曲线的头部，而在于需求曲线中那条无穷长的尾巴。
”正是由于用户需求呈现出明显的长尾特征，在3G移动互联网时代，以用户动态需求所带动的增值业务则代表了通信市场广阔的“蓝海”，这客观要求移动互联网企业要以打造综合信息服务平台建设为中心，聚集内容合作伙伴，满足用户的长尾需求。

第一图书网, tushu007.com

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:http://www.tushu007.com