

<<新商业模式百佳案例点评>>

图书基本信息

书名：<<新商业模式百佳案例点评>>

13位ISBN编号：9787305063688

10位ISBN编号：7305063681

出版时间：2009-8

出版时间：南京大学

作者：钱志新

页数：364

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>

<<新商业模式百佳案例点评>>

前言

20世纪最伟大的管理大师彼得·德鲁克忠告企业界：“当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。

”商业模式是企业制胜的法宝，关系到企业的生死存亡和持续发展。

根据国际机构的有关统计，企业创新有技术创新和非技术创新（即商业模式创新），在企业创新活动中，技术创新占1/3，而商业模式创新占2/3，商业模式创新是更高层次的创新。

有专项研究结果，美国、日本、韩国等国的实践证明：那些以强健的生命力渡过危机后取胜的企业，大多数是商业模式健全的企业，而不是那些单单产品出色，或者其他某方面有优势的公司。

而在创新活动失败的原因中，商业模式不明晰要占到53%，足见商业模式创新对企业发展的战略意义。

为此，最近10年来，商业模式已成为全球顶尖企业家和管理大师的研究重点。

何谓商业模式？

简而言之，商业模式是企业创造价值的模式。

企业经营的目的就是创造价值，企业的价值创造是通过商业模式来实现的。

如果把企业比喻成一个大箱子，一侧输入的是经营资源，一侧输出的是创造价值，中间实现这种转换的就是商业模式。

因此，商业模式是企业创造价值的基本模式。

商业模式的创新不是某个方面的局部创新，而是全方位的系统创新，是围绕企业价值创新这个核心展开的，集中体现企业创造价值的能力，实现企业资源价值的最大化。

<<新商业模式百佳案例点评>>

内容概要

商业模式是企业创造价值的模式。

2008年作者出版专著《新商业模式》得到企业界广泛关注，希望有更多的案例来学习实践商业模式。

为此，新出版了《新商业模式百佳案例点评》作为《新商业模式》的姐妹篇。

本书根据商业模式创新的五条基本路径：即围绕客户需求创造服务价值、围绕联盟合作创造共赢价值、围绕速度制胜创造时间价值、围绕信息网络创造优化价值、围绕资本运作创造提升价值，分类五个专题，精选1000个案例，对每个案例介绍基本概况，进行模式解析，组织点评精要，揭示商业模式案例的精髓，供企业界学习实践。

<<新商业模式百佳案例点评>>

作者简介

钱志新，南京大学教授、博士生导师，原江苏省发展和改革委员会主任。

长期从事宏观经济管理和企业管理，从宏观与微观的结合上指导地区经济的改革与发展。

作为国内商业模式研究专家，在《中国经济时报》上开辟“新经营之道”专栏，是《江苏经济报》“新商业模式讲堂”的主讲人。

主要论著有《新商道108策》、《新商业模式》、《产业集群的理论与实践》、《新经营革命》、《竞争力三元结构——大型企业集团发展论》、《名牌战略》、《新型工业化》等。

创建了“第一创意网”(www.31dea.net)和“中国商业模式网”(www.china-cbm.cn)。

<<新商业模式百佳案例点评>>

书籍目录

前言一 商业模式——企业竞争的最高形态前言二 商业模式评价体系第一篇 客户需求创造服务价值 一、占领客户渠道 [案例一]如家：“经济型”酒店品牌 [案例二]佳美口腔：服务赚钱 [案例三]王老吉：锁定上火人群 [案例四]世通华纳：领航车载移动电视 [案例五]当代商城：打造百货的强势品牌 二、客户互动管理 [案例六]百思买的体验式营销 [案例七]IBM供应链管理：服务为先 [案例八]丑鞋独步天下 [案例九]来源于一张餐巾的创意 [案例十]明基医院：以病患为中心 三、整体解决方案 [案例十一]解密杭州创投第一单：差旅管理B2B [案例十二]洋洋母婴：缔造中国孕婴服务第一家 [案例十三]泰晤士小镇：婚庆产业链重塑整体商业环境 [案例十四]汽车4S店：市场竞争的产物 [案例十五]红黄蓝：走好人生第一步 四、多边客户价值 [案例十六]理发店办成游乐园：大赚小儿理发钱 [案例十七]茶馆赢利新模式 [案例十八]“玩家”的革命 [案例十九]渔家坊：烤鱼+数码体验 [案例二十]号码百事通：创新商业模式 第二篇 联盟合作创造共赢价值 一、专业化特色 [案例二十一]福记送餐：传统行业的非传统商业模式 [案例二十二]德克士：中国西式快餐特许加盟第一品牌 [案例二十三]UPS：全球供应链金融 [案例二十四]DHL：战略联盟完善全球网络 二、打造价值链 [案例二十五]香港利丰：转型做供应链管理 [案例二十六]家政服务价值链创新 [案例二十七]诺基亚：供应链赢得市场 [案例二十八]安信地板：资源整合全球化 [案例二十九]怡亚通：一站式的供应链管理服务商 [案例三十]方正科技：SCM提升整体竞争力 三、合作共赢 [案例三十一]沃尔玛&宝洁：协同商务模式 [案例三十二]爱康国宾：健康管理，做中国HMO模式领军人 [案例三十三]东软与SAP联盟为中国中小企业服务 [案例三十四]惠普：选择TNT为物流战略合作伙伴 [案例三十五]上海通用&中远集运：外包物流，准点供应 四、第三方经济 [案例三十六]奥特莱斯：名品+折扣的商业模式 [案例三十七]ITAT：铁三角推动资源整合 [案例三十八]夸克电影网：全球首家正版免费电影网 [案例三十九]百事送音乐：第三方买单提升竞争力 [案例四十]Google：免费经济，第三方买单 第三篇 速度制胜 创造时间价值 一、抢占先机 [案例四十一]中兴通讯市场反应灵敏，“一条龙”优势抢占先机 [案例四十二]做网络经济的快鱼——专访快钱CEO关国光 [案例四十三]TCL速度攻略 [案例四十四]宏图三胞：“转”得快才能“赚”得多 [案例四十五]百丽速度：抓住1%的成功率 二、缩短交货期 [案例四十六]戴尔直销模式成功的背后——供应链的敏捷 [案例四十七]三星的速度营销 [案例四十八]海尔的网络营销 [案例四十九]联邦快递的第一张牌：网上速递 [案例五十]鸿海：打破微笑底部 三、IT加速度 [案例五十一]送餐大王的生意经 [案例五十二]ZARA：“快时尚”袭击服装业 [案例五十三]美特斯邦威：开拓中国快速消费服装之虚拟经营 [案例五十四]速度制胜：沃尔玛如何成为全球500强冠军 [案例五十五]西门子的IT加速度 四、随需而变 [案例五十六]华胜天成：IT服务的“快鱼” [案例五十七]优酷网CEO古永锵：视频网站快者为王 [案例五十八]提高效率格兰仕：推广丰田精益生产模式 [案例五十九]安踏：以速度换取优势 [案例六十]娃哈哈：提速背后的营销律动 第四篇 信息网络创造优化价值 一、信息搜索 [案例六十一]大众点评网：Web 2.0成熟的典范 [案例六十二]百合网：通过网络寻找另一半 [案例六十三]豆瓣网：不要“小众”标签 [案例六十四]搜房：搭上资本快车之后 二、专业社区 [案例六十五]第二人生：假世界，真经济 [案例六十六]商务人士入侵Facebook [案例六十七]“宝宝”树下的商业模式 [案例六十八]钱袋网：第三方金融渠道的先行者 三、电子商务 [案例六十九]红孩子搭上成长风火轮 [案例七十]中国制造网的机会 [案例七十一]京东商城：打造“网上国美” [案例七十二]淘宝进军移动电子商务 [案例七十三]麦考林的华丽转身 四、整合资源 [案例七十四]虚拟的能力，现实的销量 [案例七十五]携程：产业链的整合者 [案例七十六]车盟：“一站式”多功能车险服务 [案例七十七]A8音乐：打造原创平台 [案例七十八]壁虎科技：打造IGA强势品牌 [案例七十九]古井贡酒：用ERP打造白酒王国 [案例八十]喜临门：借力URP打造新联盟 第五篇 功者 资本运作创造提升价值 一、轻资产运营 [案例八十一]铜锣湾超限站 [案例八十二]中国动向：“拿来”的品牌 [案例八十三]海南航空破壳港联 [案例八十四]“好邦客”车行逻辑 [案例八十五]晋亿螺丝：垂直整合与超级库存的高效互动 二、经营无形资产 [案例八十六]上海大剧院：零本金撬动《狮子王》 [案例八十七]联想：奥运助推国际化 [案例八十八]杉杉集团：国际品牌本土控股 [案例八十九]海澜之家：男人的衣柜 [案例九十]棋文化延伸“品牌运作链” 三、资产整合 [案例九十一]深发展：供应链金融制胜 [案例九十二]众合：保险引擎 [案例九十三]潍柴

<<新商业模式百佳案例点评>>

动力：打造完备的动力解决方案 [案例九十四]比亚迪：“袋鼠模式”多元扩张 [案例九十五]唯达信贷：打造房贷“国美” 四、资本运作 [案例九十六]河南中孚实业公司：资本蜕变推升企业发展三级跳 [案例九十七]大连万达：商业地产证券化 [案例九十八]分众上市“擒王” [案例九十九]英博鲸吞雪津啤酒 [案例一百]资本练就华谊兄弟

<<新商业模式百佳案例点评>>

章节摘录

美国西南航空公司是美国四大航空公司之一，它以独特的经营方式赢得广阔的市场，尤其是“9·11”事件之后，美国航空业遭到沉重打击，各大航空公司面临亏损、裁员、倒闭，西南航空公司却一枝独秀，不但企业盈利，而且大幅度扩张。

截至2006年，西南航空公司已经由30多年前的一架飞机、三条航线，发展为拥有400余架飞机，通航美国30个州的60个城市，年载客超过8 000万人次的大型航空公司，占有国内市场25%的份额，成为美国境内客运第二大承运商。

对每个打探西南航空公司成功之谜的来访者，公司创始人、总裁赫伯·凯勒斯都会笑眯眯地奉告：“公司的秘密正在于它没有秘密。”

从当初一个不起眼的小公司发展到今天美国四大航空公司之一，创业和经营上的秘密肯定是有的，其核心正如他自己所说：“我们选择了独特而又恰当的定位，我们是世界上唯一一家只提供短航程、高频率、低价格、点对点直航的航空公司。”

西南航空公司只在美国的中等城市与各大城市的次要机场之间提供短程、廉价的点对点空运服务，刻意回避大机场，而且不飞远程。

它的乘客包括商业旅客、家庭与学生；它的密集班次吸引了比较注重价格、原本应该坐巴士或自己开车的那些乘客。

可是谁能想象，西南航空公司是在酒吧里一张餐巾上画出来的？

1967年的一天，赫伯和朋友罗林·金结伴走进一间酒吧。

罗林·金曾是一名飞行员，当时在得州一家航空公司工作。

他向赫伯说起一些航运市场的经营策略，说加利福尼亚公司用两架飞机经营短程、低价的州内航线，市场行情看好。

<<新商业模式百佳案例点评>>

媒体关注与评论

当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。
——彼得·德鲁克

<<新商业模式百佳案例点评>>

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>