第一图书网, tushu007.com

<<商业模式创新与战略转型>>

图书基本信息

书名：<<商业模式创新与战略转型>>

13位ISBN编号：9787501195251

10位ISBN编号：7501195250

出版时间：2011-1

出版时间：新华出版社

作者：夏云风

页数：179

字数：207000

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

在企业的发展初期，创业者有意或无意都会设计适合组织自身发展的商业模式，这一模式在创业者脑海中是清晰的，并且多数情况来说都相对简单。
正是这清晰且易于操作的模式，促使企业获得了成功，那些欠佳的商业模式最终导致了失败。
即使那些成功了的商业模式，由于创业者是沿着这条极为熟知的道路而发展壮大的，长期业内经营，企业经营者的思路越发局限，很难有新突破，结果就常常墨守于这一日趋过时的模式，推陈创新显得艰难，时过境迁，模式瓶颈凸显。
反而是那些新角色更能以出其不意的模式创新来重创行业前辈，甚至取而代之，原来领先企业最终不幸败北，这是企业管理惯性所使然。
也许最苦恼的事情并不是市场的萎缩或行业利润的下滑，而是当你上场的时候，一切游戏规则却发生了根本性的变化。
在这场游戏角逐中经营者有三类：游戏规则的设计者、游戏规则的遵从者和游戏规则的破坏者。
因此，管理者如果不是游戏规则的设计者或游戏规则的遵从者，那必然就是游戏规则的破坏者。
这个游戏规则实际就是“商业模式”，游戏规则的破坏者就是商业模式的创新者。
所以，商业模式的创新思想是一种“喜新厌旧”的智慧，企业经营者也应该是个商业模式的“喜新厌旧者”。
商业模式创新理论不同于传统的竞争理论、核心竞争力等理论。
商业模式创新不回避竞争，优秀的商业模式可以使企业巧妙地处于让对手无可竞争的状态。
2005年经济学人智库（EIU）的调查显示：54%的首席执行官认为，商业模式创新将是比产品和服务创新更重要的创新。
所以，商业模式创新与其说是基于产品和服务的竞争，不如说是基于企业持续盈利与有效盈利上的竞争。
在商业模式创新理论指导下，产品、服务或市场份额都不是决定企业发展的关键因素，关键因素取决于企业对环境资源的深刻挖掘及客户需求的快速反应，以善用一切有利资源为核心，去创造更多的价值，也就是说经营者需要快速反应并善于资源整合，以便融合为企业的核心竞争力。

内容概要

本书通过对大量成功企业及相关案例的研究，从企业存在的本质目的上推导出商业模式的基本结构，该结构由“势能模式”和“溢价模式”构成。
针对商业模式的特点，阐述了商业模式及其创新的新概念。
本书归纳了优秀商业模式所具有的四个特点：针对势能模式开发出一套可操作的有效工具，针对溢价模式总结出最基本的构建方式，并通过相关实例进行验证，从而完善了整个商业模式构建方法，针对商业模式创新在战略转型过程中对资源需求特点进行了实嫩实证研究，通过案例分析商业模式在战略转型中所起到的作用。

书籍目录

第一部分 商业模式 第一章 两业模式研究　一、企业存在的目的　二、商业模式的结构推导　三、商业模式的定义 第二章 商业模式的特点　一、优秀商业模式的特点　二、如何检验商业模式的正确性　三、商业模式构建框架　四、商业模式与传统管理理论的关系第二部分 战略价值主凳 第三章 严业战略定位与价值主张确立　一、产业认定　二、战略价值主张　三、战略定位第三部分 势能模式创新新构建第四部分 溢价模式创新构建第五部分 战略转型主要参考资料后记

章节摘录

笔者认为“商业模式本质上就是利益相关者的交易结构”的定义也有可商讨之处，因为任何交易都有“利益相关者的交易结构”，但并非所有的“利益相关者的交易结构”都叫商业模式，这种结构多数情况下只是商业模式运行环节中的一部分。
许海平从两方面理解商业模式概念，他认为“一方面商业模式是从全新的角度来考察企业，是一个正在形成和发展中的关于企业盈利的理论和操作体系；另一方面商业模式涵盖了企业从资源获取、生产组织、产品营销、售后服务到研究开发、合作伙伴、客户关系、收入方式等几乎一切活动”。
“商业模式是一个企业的盈利模式”，“商业模式就是企业探求所经营业务的利润来源、生成过程和产出方式的系统方法，并且围绕企业如何盈利这个核心来配置企业资源和组织企业所有内外部活动的一个行为过程。
”同时他认为“利润来源、利润生成过程、利润产出形式”是商业模式的三个要素，并给出几种商业模式类型，如产品盈利模式、规模盈利模式、服务盈利模式及其他盈利模式，再如，如渠道盈利模式、品牌盈利模式、产业联盟盈利模式等。
哈默尔认为，无论市场竞争的激烈程度如何，以及市场结构如何发展，总存在着这样三种公司：第一种是市场规则的制定者；第二种是市场规则的接受者；第三种则是市场规则的破坏者。
事实上市场规则的制定者通常也就是市场规则的破坏者，因此，市场结构中基本上只存在两种公司，即规则的制定者和规则的接受者。
对于商业模式，除了这些概念性的研究及总结外，人们还有很多归类，如运营模式、盈利模式、B2B模式、B2C模式、“鼠标加水泥”模式、广告收益模式、剃须刀模式、免费模式等等，都是一种模式。
如果我们深入思考就会发现，这种分类的方法只是简单的总结，某一公司在某一点上的成功就成了一种商业模式，这样的总结忽视了商业模式的系统性、复杂性，以及商业模式的共同性，同时这样的梳理也让人觉得商业模式是易于复制的。
比如360杀毒软件的免费模式，如果仅仅理解为依靠免费来吸引客户达到经营盈利目的就太过于天真了，这免费背后的复杂性则是值得深入探讨的。

编辑推荐

实用的企业规划工具，有效的价值构建策略。
优秀的商业模式，不应该考虑如何打击或消灭竞争对手，而是要考虑怎样发现顾客、服务顾客和维系顾客上，以便有效发现价值、挖掘价值和创造价值。
跳出垮竞争对手直接竞争的圈子是商业模式创新的最高境界。
通过对众多优秀企业的成功商业运作规律的研究，结合对企业发展本质的探讨，构建出r独特的商业模式基本模型，揭示了商业企业的竞争特征，开发出一套完整的商业模式创新方法，包括最基本的势能模式构建中的价值设计工具及溢价模式构建中的衍生方法。
依据这些理论方法，企业经营者能够准确有效地建立适合自身特点的商业模式，在经营发展中实现更有利的战略转型。

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