

<<中国商业模式创新路线图>>

图书基本信息

书名：<<中国商业模式创新路线图>>

13位ISBN编号：9787504744296

10位ISBN编号：7504744298

出版时间：2012-9

出版时间：中国财富出版社

作者：江晓兴

页数：231

字数：281000

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>

## <<中国商业模式创新路线图>>

### 内容概要

《华夏智库·金牌培训师书系：中国商业模式创新路线图》的写作目的部分在于阐明谜团背后的原因，但更主要的是通过这个原因来揭示，成熟公司不仅能够发现新的、竞赛重整的商业模式，而且可以将这种新的商业模式与现存商业模式同时加以采用。

正如结果表明的，商业模式创新的特点使它很难吸引成熟的公司。

这暗示着即使给成熟公司提供更多更好的建议，告诉它们如何变得更有创新力，以发现新的商业模式，对它们来说都是毫无意义的。

问题的根源不在于发现，而在于组织架构。

对成熟公司来说，唯一有帮助的建议是如何克服阻碍新商业模式实施的组织架构问题。

这才是《华夏智库·金牌培训师书系：中国商业模式创新路线图》的真正重点——不是如何发现新的商业模式，而是如何实施新的商业模式。

## <<中国商业模式创新路线图>>

### 作者简介

江晓兴，在老板顾问领域，是知名的CMC国际管理顾问，ICIS隐形冠军落地系统总顾问，被誉为“中小企业的首席顾问”；在HR心理学领域，是十大专业HR心理学课程的首席导师，被视为HR心理学的领军人物；在身心灵成长领域，是资深BMS身心灵导师，近十年的职业生涯中开启受众过十万人次。

著有优势人力资本系列4部专著：《蜕变的力量》、《给大忙人看的100个管理法则》、《做最得力的中层》、《成功先成长——优秀员工不可缺少的十项成长修炼》。

## <<中国商业模式创新路线图>>

### 书籍目录

- 第一章 打破常规——找到并打破行业原有规则
  - 第一节 商业模式
    - 什么是商业模式
    - 中国企业的困境
  - 第二节 做传统规则的颠覆者
    - 突破商业模式创新的理念障碍
    - 解封创新能力的魔咒
    - 从熟悉的领域到开拓新疆域
    - 在同样的行业中巧妙运用不同的手法
    - 颠覆吃独食，善于分享未来收益
    - 颠覆就要有舍得空杯归零的心态
- 第二章 战略定位——剖析客户的需求，实现价值创造最大化
  - 第一节 寻找高利润区
    - 高利润区来源于机会
    - 善于发现未被满足的消费需求
    - 利润来源于产业链薄弱环节
    - 利润来源于过分满足的消费需求
  - 第二节 重塑商业模式的定位策略——需求结构的调整
    - 重新定义客户和客户需求
    - 重新划定产业范围
    - 重新定位在产业链中的地位
    - 重新定义为客户提供的价值
  - 第三节 制订独特的客户价值主张
    - 具备独特性的客户价值主张最有力量
    - 清晰明确的价值主张是创新的前提
    - 客户价值主张要具有说服力
- 第三章 价值创造——提升竞争力层次，获取结构性竞争优势
  - 第一节 重塑业务系统
    - 业务经营系统和资源整合
    - 根据战略定位制定合理的业务范围
    - 经营活动的选择不可盲目
    - 精心选定将哪些业务进行分包、外购或者与外部伙伴协作
  - 第二节 整合产业链，构建协作网络
    - 构建共赢结构的步骤
    - 遵循共赢结构的原则
    - 产业链的整合方式
  - 第三节 探索赢利模式，铺设持续赢利的新道路
    - 利润直接来自客户的赢利模式
    - 利润来自第三方的赢利模式
    - 来自“直接客户+第三方”的赢利模式
    - “客户自助”的赢利模式
    - 来自“产品+内容服务（解决方案）”的赢利模式
    - 来自“主业+副业”的赢利模式
    - 来自“租赁而非销售”的赢利模式
    - 来自“资金周转率”的赢利模式

<<中国商业模式创新路线图>>

来自“授权收费”的赢利模式

来自“类金融”的赢利模式

第四章 价值维护——创造并实现战略控制手段

第五章 价值传递——寻找并抓住所有环节的利润

第六章 价值最大化——帮助企业做大做强

第七章 商业模式创新案例

## <<中国商业模式创新路线图>>

### 章节摘录

彼得·德鲁克说：“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。”是的，在市场千变万化、竞争日益激烈的今天，我们的企业要想脱颖而出、发展壮大，必须不走寻常路，而是要设计适合自己的、富有竞争力的、与众不同的成功商业模式。

说白了，要想在激烈的角逐中胜出，就必须创新。

在中国，商业模式的创新显得尤为迫切，甚至比技术创新都重要得多。

因为中国存在一个庞大而低端的消费市场，而且这个市场在绝对意义上说远远没有饱和，无数商品还没有被寻常消费者享受到，因此商业并没有得到广泛普及。

而在短期内，国民收入不会发生大的变化，这也导致中国对高端消费的抑制，这个时候，发现新的需求，并且创造出新的需求模式，就比单纯的技术创新更重要。

所以，商业模式这个话题才引起了许多财经记者、学者、经营者、投资者的广泛关注，成为当今商界最热门的话题之一。

那么，商业模式的基本定义是什么呢？

早在20世纪50年代就有人提出了“商业模式”的概念，但直到40年后（20世纪90年代）才流行开来。

商业模式一词在中国的兴起，应源于世纪之交的互联网企业创立高潮期。

当时，一系列新兴的“.com”公司需要得到风险投资者及其他投资者的认同，而风险投资者评价企业优劣的最重要指标就是其“商业模式”的优劣。

其实，赢利模式、广告收益模式、“鼠标+水泥”模式等，都是跟商业模式有一定关联的词汇。

关于商业模式定义也有很多，有人认为它是一种交易结构；有人认为它是企业持续赢利的系统组合；还有人认为它是一种包含了一系列要素及关系的概念工具。

这就导致“商业模式”这个词现在成了一个大筐，什么都可以往里面装，并使得这个词汇极易被误解、被滥用。

因此，澄清商业模式的概念非常有必要。

商业模式是指准确判断产业链利润区所在，并且根据利润区的转移迅速调整策略，将客户群的选择、价值的获取、产品差别化和业务范围的确定的战措施，都围绕最高利润区来进行配置。

.....

## <<中国商业模式创新路线图>>

### 编辑推荐

巴菲特说：“未来的竞争不是服务的竞争，不是产品的竞争，而是商业模式的竞争。

” 商业模式：准确判断产业链利润区所在，并且根据利润区的转移，迅速调整战略，将客户群的选择、价值的获取、产品差别化和业务范围的确定的战略措施，都围绕最高利润区来进行配置。

中国经济所表现出来的一切好或不好的现象，都表明中国经济已经进入一个崭新的时代，一个不同于以往经济模式的时代——中国企业即将面临战略转型，重塑自己的商业模式，从商业模式的角度重构企业的战略和竞争优势，实现由“硬”到“软”的大转型。

“硬”：由出口和投资拉动经济增长。

“软”：在产品设计、技术创新、原料采购、物流运输、订单处理、批发经营以及终端零售等方面建立自己的竞争优势。

<<中国商业模式创新路线图>>

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>