

<<商业秘密-大赢家商业模式解码>>

图书基本信息

书名：<<商业秘密-大赢家商业模式解码>>

13位ISBN编号：9787516402382

10位ISBN编号：7516402389

出版时间：2013-2

出版时间：企业管理出版社

作者：俞凌雄

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>

## <<商业秘密-大赢家商业模式解码>>

### 内容概要

《商业秘密:大赢家商业模式解码》由俞凌雄著。

商业模式最大的秘密，即信息不对称。

商业模式的创新，即人为制造信息不对称或制造差价。

一个成功的商业模式靠的不是机遇，而是其稀缺性及来自终端的智慧。

《商业秘密:大赢家商业模式解码》通过梳理和解析各种优秀商业模式，以近百起经典实战案例，讲述卓越企业如何凭借商业模式的威力顺利起步，在商战中攻城略地，在千军万马的商业对弈与博杀中拔得头筹。

## 作者简介

俞凌雄，汇聚控股集团董事长、青海省慈善总会名誉会长、华人顶尖总裁导师、“总裁实战培训第一导师”、最受华人企业家欢迎的培训大师之一、汇聚慈善基金创始人、浙商研究会高级荣誉顾问、数十家集团及上市公司高级顾问。

畅销书《俞凌雄速赢战略思维》系列、《管理模式》、《俞凌雄工作方法》作者。

曾获“中国咨询培训业最具社会责任感企业家”；曾获“中国咨询培训业品牌建设十大杰出人物”；曾获“中国教育培训界十大领军人物”；曾获“中国培训行业最具社会责任感企业家”；曾获“中国培训行业品牌建设十大杰出人物”。

## <<商业秘密-大赢家商业模式解码>>

### 书籍目录

第一章 破译商业模式的基因 NO.1 四层金字塔，打开商业模式的“天窗” NO.2 商业逐利性的秘密 NO.3 定位与选择，哪种模式更适合你 NO.4 商业价值链基础——资本运作 第二章 打破路径依赖 NO.1 确认最理想的利润区 NO.2 创新，将少数派变成多数派 NO.3 赢家的逆向思维 NO.4 预知危机，及时转变商业模式 第三章 价值链上的那些秘密 NO.1 客户价值主张的确定与细化 NO.2 盈利模式攸关企业存亡 NO.3 关键资源与关键流程相结合 第四章 规避竞争，核心战略打天下 NO.1 数字时代的生存之道 NO.2 避开竞争，打造属于自己的蓝海战略 第五章 搭车策略，价值链的复制与升级 NO.1 跟在“第一”后面绝对没错 NO.2 千姿百态的“搭车”技术 NO.3 强势生存，多级盈利模式 NO.4 标准化激战，豆浆油条也有“秘密” 第六章 利润翻倍，百分百实战设计 NO.1 聚焦于最擅长的事情 NO.2 关注稀缺性，不断发现客户新需求 NO.3 锁定利润源，围绕利润做足做透 NO.4 掌控隐性的定价权，反握主动 NO.5 扎堆与集群效应 NO.6 最热门的轻资产战略 NO.7 产业链整合，各自为战不如携手共进 第七章 2.0 时代，新商业模式引擎 NO.1 “长尾”商业模式 NO.2 免费商业模式 NO.3 多边平台商业模式 NO.4 慈善商业模式 NO.5 可突变商业模式 第八章 未来商业模式大趋势 NO.1 回归“个体需求” NO.2 虚拟经济的美好未来

## 章节摘录

版权页：当变化来袭，迟缓的反应和保守的战略只能最终导致寸土必守却全线战败。

在电子商务成为商业模式主流的今天，逆流固守除了能为实体书店墓前献上一捧名为尊严的鲜花之外，毫无用处。

在商业的发展中常常存在着这样一些令人疑惑的事实：有些商业计划或商业战略非常完美，几乎找不出毛病，但它们执行后的结果往往是失败的。

例如索尼公司设计的Betamax，Betamax中文译为贝特马可思，又称BETA录像机，索尼凭借自己在全球家用音响中的技术领先优势，于1982年研究HiFi立体声Beta录像机，其音频动态达到80dB以上，这样的参数属于技术大突破。

按理HiFi立体声Beta录像机应该风行一时，但该产品却突然没落。

究其原因，却是由Victor（JVC）开发的后起之秀录像系统VHS一推出就能达到录音两小时（SP），而索尼的Beta只能录一小时，就是这样一个“微小”差别，使得Beta尽管比VHS早推出一一年，并在音频技术上领先，但还是迅速地没落了。

索尼在商业模式的执行中力求从不出错，其迷你光碟音乐播放器MD即是如此。

MD为MiniDisc的缩写，早在1992年，Sony公司生产出一款可反覆擦写及存储介质的超级随身听MiniDisc Walkman，它将磁、光、电、机集于一体，既有与CD相近的音质等优势，又有可录可抹性等特点，当时被誉为便携式数字音响的音乐革命。

然而这样一款产品，自问世以来却从来没有大红大紫过，MP3的出现使MD黯然失色，虽然索尼公司不断在产品功能上投入大量研究，MD音质较绝大多数MP3更为优越，但MP3在存储容量上打败了传统MD；更具威胁的是，MP3推出了免费MP3软件下载，这项新标准在互联网中占据一席之地。

1998年，索尼提出“硬件不再重要，内容是关键”的战略方针。

三年后，苹果公司推出Ipod，其市场策略却是以产品性能、外观、技术为核心，将音乐产品外包出去。

苹果公司的Ipod不仅能用硬盘存储音乐，还附带有各国语言，并推出了在线销售音乐的商店iTunes，其代表的客户价值需求已远远超过一个播放器，索尼公司生产的产品相形见绌。

两种商业模式大对抗，索尼最终败下阵来。

2011年，日本索尼公司宣布停止销售便携式音乐播放机MD Walkman。

并在全球范围内停产。

在历史上，索尼的市值曾超过千亿美元，但目前市值仅约250亿美元，股价与其竞争对手韩国三星相比落后了一大截。

目前三星市值已超千亿美元，成为了全球最大的电视和液晶面板制造商。

<<商业秘密-大赢家商业模式解码>>

编辑推荐

《商业秘密:大赢家商业模式解码》由168位亿万富翁联名推荐。  
0.1%的商业模式决定99.9%的财富流向，WED2.0时代的商业生存之道！

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>