

<<基于价值网的电信商业模式研究>>

图书基本信息

书名：<<基于价值网的电信商业模式研究>>

13位ISBN编号：9787563519347

10位ISBN编号：7563519343

出版时间：2010-8

出版时间：北京邮电大学

作者：董爽//梁雄健

页数：132

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>

<<基于价值网的电信商业模式研究>>

前言

当今，技术替代和用户需求变化正在引起电信业的深入变革。电信运营商所面临的竞争，不再是简单的扩大网络规模和市场份额的竞争，而是整合价值创新能力，拓展生存空间的竞争。

因而，具有创造性的能整合一系列创新性能力的模式设计是寻求竞争优势的关键。

本书尝试着在理论研究的基础上，探索出一种基于价值网的电信商业模式，以期为电信运营商提升市场拓展能力，扩展用户价值空间，提供理论和实践的参考。

本书主要包括三部分内容：第一部分是电信价值创造系统的研究，涉及价值创造理论、电信业发展趋势、电信价值创造系统演进、价值网等问题；第二部分是对基于价值网的电信商业模式的研究，包括该商业模式的结构及组成、形成机理、系统动力学建模和模型分析；第三部分是电信运营商的发展状况研究，研究国外电信运营商的商业模式，以及国内电信运营商策略选择等内容。

在研究过程中，作者运用了产业融合理论、产业关联理论、价值转移理论、基于核心能力的理论、经济学原理、系统动力学等理论和方法，以定性分析和定量分析相结合，深入研究基于价值网的电信商业模式。

在此基础上，提出电信运营商未来发展策略建议。

本研究对电信运营商价值创新策略选择具有一定的理论和实际意义。

本书主要内容分为八章。

第1章，理论研究综述。

作者分析了价值创造理论从价值链到价值网的演进，并分析了价值网和商业模式的研究发展现状。

<<基于价值网的电信商业模式研究>>

内容概要

本书运用价值创造、产业融合和价值转移等理论深入研究电信价值创造系统，分析其发展趋势，探讨基于价值网的电信商业模式。

为国内电信运营商整合优势资源，提升价值创新能力，扩展用户价值空间，提供理论和实践的参考。

本书可供国家政府公务员、信息通信企业管理人员、信息通信业研究人员参考使用，并可作为高等院校相关专业教材。

<<基于价值网的电信商业模式研究>>

作者简介

梁雄健，现任北京邮电大学经济管理学院首席教授、博导，管理现代化研究所所长，工信部电信经济专家委员会委员，原信产部科技委委员，原信产部电信法咨询专家委员会委员，国家邮政局科技委委员，中国通信学会会士，中国通信学会理事，经济与管理专业委员会副主任，中国电子学会工业工程学会常委，国际ITC顾问委员会委员，丹麦理工大学顾问教授，《中国通信》主编，《China Communications》编委等。

董爽，工学博士，主要研究方向为通信企业管理理论与实践、信息化与信息系统。具有十年的电信运营企业从业经验，曾先后从事信息系统开发及维护、智能业务开发、集团客户管理等工作。

在国内外期刊和会议上发表多篇关于企业运营管理和企业信息化方面的论文。

<<基于价值网的电信商业模式研究>>

书籍目录

- 1 绪论 1.1 研究的背景和动机 1.2 国内外研究发展综述 1.2.1 价值网研究发展综述 1.2.2 商业模式研究发展综述 1.3 理论基础 1.3.1 网络组织理论 1.3.2 核心竞争力理论 1.3.3 系统动力学理论 1.4 本书的研究目的和研究方法 1.4.1 本书的研究目的 1.4.2 本书的研究方法 参考文献 2 通信产业发展特点分析 2.1 产业融合 2.1.1 产业融合的由来 2.1.2 产业融合的主要方式 2.1.3 信息产业的产业融合 2.1.4 产业融合环境下通信行业的机遇和挑战 2.2 通信产业关联 2.2.1 产业关联的基本原理 2.2.2 通信产业关联 2.3 价值转移 2.3.1 价值增值方式的变化 2.3.2 价值转移的产生 2.3.3 通信行业的价值转移 参考文献 3 电信价值创造系统研究 3.1 市场动态 3.1.1 产品经济 3.1.2 客户经济 3.1.3 系统经济 3.2 电信价值创造系统研究 3.2.1 价值的概念 3.2.2 价值分析工具 3.2.3 电信运营价值链 3.2.4 电信运营商价值创造系统演进 3.3 基于网络理论观点的价值网研究 3.3.1 中间性组织 3.3.2 网络组织 3.3.3 网络的结构 3.4 基于网络观点的价值网 3.4.1 价值网的描述 3.4.2 价值网的结构模型 3.4.3 电信运营价值网的特征 参考文献 4 基于价值网的电信商业模式研究 4.1 价值网及商业模式概述 4.1.1 商业模式概述 4.1.2 价值网模式设计 4.2 电信价值网商业模式研究 4.2.1 基于价值网的电信商业模式的提出 4.2.2 基于价值网的电信商业模式 4.2.3 基于电信价值网商业模式的结构模型 4.2.4 基于价值网的电信商业模式的组成分析 4.3 基于价值网的电信商业模式的高绩效业务特征 4.3.1 利益关系方 4.3.2 过程 4.3.3 资源 4.3.4 组织和组织文化 4.4 基于价值网的电信商业模式的系统性 参考文献 5 基于价值网的电信商业模式形成机理研究 5.1 基于资源和能力整合的系统 5.1.1 基于资源因素的企业竞争力理论 5.1.2 基于能力因素的企业竞争力理论 5.1.3 基于价值网的电信商业模式是资源和能力的整合 5.1.4 基于价值网的电信商业模式与战略和资源的关系, 5.2 基于价值网的电信商业模式的经济学效应 5.2.1 规模经济 5.2.2 范围经济 5.2.3 网络效应 5.2.4 锁定效应 5.2.5 正反馈机制作用 参考文献 6 基于价值网的电信商业模式系统动力学分析 6.1 系统动力学的基本原理 6.1.1 系统动力学概述 6.1.2 系统动力学的可行性分析 6.1.3 系统动力学仿真软件的选择 6.2 基于价值网的电信商业模式系统动力学模型的建立 6.2.1 建模及模拟的步骤 6.2.2 系统分析及模型的建立 6.3 模型的整体因果关系图 6.4 基于价值网的电信商业模式系统动力学分析 6.4.1 主要的正反馈环分析 6.4.2 主要负反馈关系分析 6.4.3 模型的结论 参考文献 7 国外电信运营商典型案例研究 7.1 英国电信 7.1.1 英国电信概况 7.1.2 BT转型的重要举措 7.1.3 宽带发展的商业模式 7.1.4 创新型业务 7.2 法国电信 7.2.1 法国电信概述 7.2.2 以用户为中心的组织结构变革 7.2.3 “NExT计划” 7.2.4 统一品牌 7.2.5 融合服务 7.3 Verizon无线 7.3.1 Verizon无线概述 7.3.2 高品质的网络 7.3.3 差异化的服务 7.3.4 手机终端策略 7.3.5 合作共赢的增值数据业务 参考文献 8 电信运营商发展策略选择 8.1 国内电信运营商的发展状况 8.1.1 国内电信市场状况 8.1.2 国内电信运营商3G业务发展状况 8.2 加强电信运营商核心竞争力的建立 8.2.1 核心竞争力的概念及特征 8.2.2 电信运营商的资源和能力 8.3 电信运营商未来发展策略建议 8.3.1 基于价值网的电信商业模式是电信运营商拓展新市场的必然选择 8.3.2 “以客户为中心”确定价值网目标 8.3.3 建立价值网内部信息共享机制 8.3.4 加强组织者自身能力的培养 8.3.5 以资费策略促进价值网模式的发展 参考文献

<<基于价值网的电信商业模式研究>>

章节摘录

价值网对吸引客户的注意力并锁定客户起到积极的促进作用。

Schumpeter创新理论认为新产品或新服务、新生产方式、新销售或营销方法或开发新方法，是企业通过创新而获得价值的来源。

传统交易方式锁定客户的方法有：建立用特殊奖励回报回头客的忠实计划项目；企业为商务过程、产品和服务制定行业通用的专业技术标准；企业通过品牌效应和业务安全性、可靠性来建立与顾客之间的信任关系。

价值网商业模式通过向细分市场提供更具吸引力的业务，提高用户在网的效用，一方面提高客户的转换成本，从而培养用户的忠诚度；另一方面提高用户的满意度，促进对网上用户的锁定。

价值网用定制生产满足用户个性化需求提高了客户锁定程度。

此外，由Metcalfe's law所导致的网络经济的外部性特征对市场先进入者通过锁定创造价值十分有利。一方面，消费者购买已拥有一定用户基数的企业的商品所获得的效用明显大于购买一个用户基数近于零的新企业的商品（与已有产品不兼容）。

因为，消费者在已经使用了领先者的产品后，如果转向另一种与原产品不兼容的新产品，势必付出高昂的转移成本。

所以，拥有较大用户的领先者就会拥有越来越多的用户从而形成正反馈效益。

另一方面，某基础产品的用户基数越大，其他厂商就会为之提供更多的辅助产品，进一步增强使用该基础产品的效用，从而增强正反馈，最终使这种产品成为市场的主导，而用户则被锁定在该产品之中，形成赢者通吃的局面。

交易效率和具有互补性的产品和服务作为价值驱动因素对锁定顾客是有帮助的，电子商务的高效率特征和互补性产品、服务的提供可以吸引和留住顾客和合作人，同时锁定也为提高交易效率和互补性产品和服务提供了促进作用。

<<基于价值网的电信商业模式研究>>

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>