

<<新商道>>

图书基本信息

书名：<<新商道>>

13位ISBN编号：9787806886106

10位ISBN编号：7806886109

出版时间：2011-1

出版时间：天津社会科学院出版社

作者：陈海涛

页数：276

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

逝者如斯夫，人类在经历了农耕时代、工业时代之后，已经跨入了知识经济时代，这也是一个重估一切价值的时代，这种时代趋势所带来的影响反映在国内就更为明显，那就是数千年来的“重农抑商”思想被彻底颠覆，创富、淘金早已经登上了大雅之堂，越来越多的人开始将“赚钱”当作终生追求，开口“做生意”，闭口“开公司”。

以财为贵，视钱为本位，人们津津乐道的是钱，朝思暮想的是钱，顶礼膜拜的还是钱。

可以说，这是一个以财富论英雄的时代！

在这种时代背景下，一拨又一拨的财富新贵以其越来越令人眼花缭乱的手法，书写着一篇又一篇的创富神话，在他们手里，做生意、开公司就如同行云流水一般，格外轻松自如，而他们的传奇“生意经”也早已让无数热血青年叹为观止，并让他们仰望膜拜！

但与此同时，又有数不胜数的人们在慨叹创业艰难、生意利薄、公司难做……因为日渐成熟的市场、日渐理性的消费者、日渐激烈的竞争与日渐稀薄的利润，这“几座大山”。

几乎将他们压得喘不过气来。

<<新商道>>

内容概要

《新商道：引爆生意的七种武器》共分为七部分并列结构的内容，分章分别进行阐述论证，书中所用到的例证大都是一些近来比较时尚而且成功的经济、社会生活中的案例，如经济领域的PPG、ITAT、分众传媒、如家、迅雷在线等，文化领域内的超级女声、郭德纲、当年明月（《明朝那些事》的作者）等“草根阶层”的一飞冲天等。

《新商道：引爆生意的七种武器》选题名称中所指的“生意”也只是一个相对的概念，并不仅仅局限于“生意”二字，在《新商道：引爆生意的七种武器》中这被解释为一个比较宽泛的概念，既包括人们通常所理解的“做生意”，也包括“企业的经营”，甚至是那些关于“一个人为单位进行成功运作”的案例，总之，《新商道：引爆生意的七种武器》中之“生意”指的是一个“大生意”的范畴，而事实上，在日益商业化的当今社会，任何一个社会人的所进行的每一项活动都可以被认为是“一项交易”，都可以被归属于“生意”的范畴。

<<新商道>>

书籍目录

第一部分 模式创新：发现生意上的蓝海1997年10月，硅谷最著名的风险投资顾问罗伯森·斯蒂文在同中国著名的高科技企业亚信CEO田溯宁沟通时，曾向后者发问：“亚信的商业模式是什么？”

田溯宁反问罗伯森：“什么是商业模式？”

罗伯森很奇怪田溯宁作为CEO竟然不知道什么是商业模式。

于是他向田溯宁解释说：“一块钱通过你的公司绕了一圈，变成一块一，商业模式就是指这一毛钱是在什么地方增加的。”

第1节 商业模式，至高无上1. 商业模式的魔力2. 何谓商业模式3. 商业模式的核心理念第2节 模式创新的典范1. 迅速抢占空白市场——分众的蓝海2. 后发制人、逐个超越——腾讯3. 细分市场中的神话——如家第3节 创新型商业模式的修炼1. 商业模式是怎样炼成的2. 打造反制模仿的围墙3. 商业模式的创新与再造第二部分 借鸡生蛋——生意的最高境界从名动纳斯达克的百度到制造首富神话的盛大网络，从开辟市场新蓝海的传统企业如家到热炒B2C概念的红孩子……大赚特赚之余，高盛、美林、摩根·斯坦利、瑞士信贷第一波士顿、IDG、软银亚洲、北极光……这些风投的名字注定要与伟大的创业企业连在一起。

借鸡生蛋，利用风险投资商的风险资金来达到成长自己的目的，这是一种生意上的新境界。

第1节 谁需要风险投资1. 当公司急需输血2. 揭开风投的神秘面纱3. 风投之前的天使投资4. 谁需要风险投资第2节 你烧青春我烧钱——创业者与风投的完美联姻1. 公司做大了卖个好价钱——聚众传媒2. VC造就的财富神话——百度3. 打开阿里巴巴的宝藏——阿里巴巴4. 半小时搞定风险投资——红孩子第3节 如何让VC为你埋单1. 明白VC最看重的要素2. 如何让VC为你投钱3. 拒绝风投，如果你足够牛第三部分 四两拨千斤——高超的“轻资产”化运作很多创业者需要的往往只是一个支点：一个轻资产、高效率的支点。

就是“用最少的资金去撬动最大的资源，赚取最多的利润”——要实现这个目的，企业的客户资源、治理制度、管理流程等“轻资产”，必然要取代生产线等“重资产”，成为商业运作的新主角。

第1节 轻资产，轻公司，酷时代1. 轻资产、轻逻辑2. “微笑曲线”与轻资产方法3. 轻公司的“重资产”4. 轻公司的实现途径第2节 “轻公司”快跑——打造市场上的“快速反应部队”1. 虚拟经营也是一种“轻”——背背佳2. 让我来牵线搭桥——ITAT3. 用戴尔模式卖衬衫——PPG4. “重”公司发动的“轻”阻击——报喜鸟“BONO”第3节 将轻资产运作进行到底1. 轻装上阵，轻资产创业2. 轻公司的内在修炼3. “轻”而不“飘”第四部分 灵光闪现——让创意照亮生意互联网的发展，更是为新创意经济模式的商业化实现提供了技术可能性。

传统创意经济是一分投入一分收获。

小投入小收获，大投入大收获。

而互联网背景下的新创意经济可以是小投入（通过网络正反馈放大）得到大收获，而大投入（通过网络负反馈）得到小收获。

创意可以在很大程度上照亮你的生意，创意能够创造财富，创意能够成就未来！

第1节 创意时代的来临1. 眼花缭乱的创意经济2. 把创意转化为财富3. 创意设计时代的来临第2节 让创意点亮你的生意1. 创意经济时代的标杆——Google2. 文化娱乐业的创意神话——超级女声3. 登峰造极的哈利·波特第3节 当创意成为习惯1. 创意经济的新规则2. 创意何来3. 开启右脑，打开创意的魔盒第五部分：逆流而动——做一条反方向游的鱼“互联网之父”瑟夫说：“先谈着装问题吧，这是我故意的。”

比如在我的高中生时代，别人去上学都穿T恤还有夹克，但是我就穿西服和领带。

在Google每个人都穿西服，但是没有人穿三件套，我就要穿出我的与众不同来。

逆流而动也可以被认为是这样一种风格——个人魅力的张扬和展示，这样的风格往往能够铸成成功。

第1节 标新立异，要的就是这种效果1. 标新立异，就要与众不同2. 打破常规，不走寻常路3. 草根也疯狂……第六部分：只有偏执狂才能生存——做一个狂热而偏执的挑战者第七部分：精耕细作——做生意需要一种“死磕”的精神

章节摘录

创新。

三星董事长李建熙说：“除了老婆和孩子外，其余什么都要改变！”

时代华纳前首席执行官迈克尔·恩也曾指出：“在经营企业的过程中，商业模式比高技术更重要，因为前者是企业能够立足的先决条件。

”一成功的商业模式不一定是在技术上的突破，而是对某一个环节的改造，或是对原有模式的重组、创新，至是对整个游戏规则的颠覆。

商业模式的创新形式贯穿于企业经营的整个过程之中，贯穿于企业资源开发研发模式、制造方式、营销体系、市场流通等各个环节，也就是说，在企业经营的每一个环节上的创新都可能演变为一种成功的商业模式。

融资有效性。

融资模式的打造对企业有着特殊的意义，尤其是对中国广大的中小企业来说更是如此。

我们知道，企业生存需要资金，企业发展需要资金，企业快速成长更是需要资金。

资金已经成为所有企业发展中绕不的障碍和很难突破的瓶颈。

谁能解决资金问题，谁就赢得了企业发展的先机，也就掌握了市场的主动权。

从一些已取得成功的企业发展过程来看，无论其表面上对外阐述的成功理由是什么，但都不能回避和掩盖资对其成功的重要作用，许多失败的企业就是没有建立有效的融资模式而失败了。

如曾经喧嚣一时的巨人集团，后来居然因为仅仅是上千万的资金缺口而轰然倒地；曾经与国美不相上下的国通电器，最巅峰时曾拥有过30多亿元的销售额，也是仅仅因为几百万元的资金缺口而销声匿迹。

所以说，商业模式的设计很重要的一环就是要考虑融资模式。

甚可以说，能够融到资并能用对地方的商业模式就已经是成功一半的商业模式了。

组织管理高效率。

高效率，是每个企业管理者都梦寐以求的境界，也是企业管理模式追求的最高目标。

从经济学的角度看，决定一个国家富裕或贫穷的砝码是效率；决定企业是否有赢利能力的也是效率。

编辑推荐

- 第一部分：模式创新—发现生意上的蓝海。
- 第二部分：借鸡生蛋——生意的最高境界。
- 第三部分：四两拨千斤——高超的“轻资产”化运作。
- 第四部分：灵光闪现——让创意照亮生意。
- 第五部分：逆流而动——做一条反方向游的鱼。
- 第六部分：只有偏执狂才能生存——做一个狂热而偏执的挑战者。
- 第七部分：精耕细作——做生意需要一种“死磕”的精神。

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>