

《互联网企业成长与盈利模式创新研》

图书基本信息

书名：《互联网企业成长与盈利模式创新研究》

13位ISBN编号：9787562339201

作者：周朴雄

页数：166

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《互联网企业成长与盈利模式创新研》

内容概要

《互联网企业成长与盈利模式创新研究》以网络经济运行规律为出发点，着眼于互联网企业所采用的各种盈利模式，理性分析其构建和选择等方面的问题，期望能围绕加强互联网企业的竞争力、实现企业的价值创造并带来企业成长这一总目标，利用理论分析、走访调查、文献分析和案例比较分析等研究方法进行系统地研究，探讨互联网企业盈利模式创新与企业成长的规律。

本研究主要包括以下几个方面：
互联网企业的成长规律研究。探讨一般企业的成长规律，提出基于核心能力的互联网企业的成长逻辑。
研究互联网企业的核心能力形成与盈利模式的相互作用机制。
互联网企业盈利模式、途径、规律以及构成要素研究。通过对目前互联网企业盈利模式进行新的划分，总结每种模式的特点并进行比较；通过对中国互联网企业盈利模式以及对互联网企业经营业务的分析，得出这些盈利模式的一些共性，并分析它们成功的原因。
互联网企业盈利模式的创新途径研究。研究网络经济的特性和网络环境下竞争结构的变化，在此基础上分析网络经济对企业盈利方式的影响。
基于盈利模式创新的互联网企业成长研究。就互联网企业根据自身的特点来选择适合自己的盈利模式的具体案例进行比较分析和评价。

《互联网企业成长与盈利模式创新研》

作者简介

周朴雄，1970年生，湖北荆州人，博士，毕业于武汉大学信息管理学院，现为华南理工大学副教授，有多年的教学与科研经验。主持并参与国家项目4项，主持省部级项目近10项，发表论文30余篇，编写信息管理类以及软件类专业教材4部，出版专著1部。

书籍目录

第1章 绪论

1.1 研究背景及研究问题的提出

1.1.1 网络经济的发展趋势

1.1.2 网络经济的特征

1.1.3 互联网企业盈利模式趋于多元化

1.1.4 盈利模式的困局及其对互联网企业成长的影响

1.1.5 本书研究问题的提出

1.2 国内外研究现状和发展趋势

1.2.1 国外的研究发展状况

1.2.2 国内的研究发展状况

1.3 研究内容

1.4 研究方法

1.5 创新之处

第2章 基于核心能力的企业成长要素分析

2.1 企业成长的概念界定

2.2 企业成长外生论

2.2.1 竞争优势外生论

2.2.2 环境要素影响论

2.3 企业成长内生论

2.3.1 企业成长进化论

2.3.2 组织控制论

2.3.3 资源基础论

2.3.4 企业交易费用理论

2.3.5 企业认知发展论

2.3.6 企业文化控制论

2.4 基于核心能力的企业成长理论

2.4.1 多种企业成长理论与企业核心能力论的比较

2.4.2 企业核心能力论

2.5 互联网企业成长系统的思想

2.5.1 网络经济两大递增规律

2.5.2 互联网企业成长的路径依赖

2.5.3 基于核心能力的互联网企业的成长逻辑

第3章 互联网企业盈利模式创新与核心能力形成

3.1 核心能力理论与盈利模式创新

3.2 互联网企业核心竞争力影响要素分析——以第三方网上支付企业为例

3.2.1 资源要素分析

3.2.2 能力要素分析

3.2.3 环境要素分析

3.3 通过盈利模式创新提升互联网产品的黏性

3.3.1 互联网产品黏性的相关定义

3.3.2 用户黏性影响因素

3.3.3 黏性与重复购买意向之间的关系

3.3.4 互联网企业提高产品黏性的策略

3.4 通过盈利模式创新形成企业核心竞争力

第4章 互联网企业盈利的途径

4.1 互联网企业盈利模式的分类

4.2 网络广告

4.3 增值服务

4.4 网络游戏

4.5 产品销售

4.6 即时通信

4.7 搜索引擎

4.8 多盈利模式结合

第5章 国内互联网企业盈利的特点

5.1 免费

5.1.1 以免费的基础业务吸引用户

5.1.2 免费策略的经济学分析

5.1.3 由“免费”产生的盈利危机

5.2 平台化

5.2.1 基础平台加增值服务的模式

5.2.2 平台注册会员收费，提供差异化的服务

5.2.3 阿里巴巴平台的收费模式

5.3 模仿中创新

5.3.1 模仿与创新

5.3.2 模仿、创新与自主研发

5.4 多元化战略

5.4.1 企业的成长性高低与企业多元化程度

5.4.2 业务横向或纵向的多元化

5.4.3 多元化的经济学分析

5.5 差异化战略

5.5.1 产品与服务的差异化

5.5.2 差异化基础上的垄断竞争

第6章 互联网企业盈利模式的要素分析

6.1 梅特卡夫定律的困境及客户价值论的提出

6.1.1 梅特卡夫定律的困境

6.1.2 客户价值论的提出

6.1.3 互联网企业的价值链

6.2 Web1.0环境下的三代互联网盈利模式要素分析

6.3 Web2.0环境下用户参与的互联网盈利模式结构及特点

6.3.1 Web2.0环境下用户参与的互联网盈利主体关系结构

6.3.2 价值链的整合

6.3.3 淘宝网价值链的特点

6.4 互联网盈利模式要素分析

6.4.1 利润点分析

6.4.2 利润对象分析

6.4.3 利润源分析

6.4.4 利润杠杆分析

6.4.5 利润屏障分析

6.5 A8盈利模式要素分析

6.5.1 数字音乐市场现有的主要盈利模式

6.5.2 A8音乐业务系统

6.5.3 目标客户和盈利模式

第7章 互联网企业盈利模式的创新

7.1 界定和锁定利润对象

7.2 为客户提供有核心价值的产品

7.3 打造具有足够吸引力的利润点

- 7.4 提高用户的参与程度
- 7.5 关注特定线上空间个体之间关系的建立
- 7.6 盈利模式创新——基于3G手机网页游戏
 - 7.6.1 3C网页游戏的特点
 - 7.6.2 3G手机网页游戏新盈利模式
- 第8章 基于盈利模式创新的互联网企业成长
 - 8.1 知识的溢出效应与盈利萎缩
 - 8.2 网络经济市场秩序的失灵
 - 8.3 网络经济条件下企业核心竞争力演变特点
 - 8.3.1 网络经济特征影响企业核心竞争力的构建
 - 8.3.2 分工和专业化协作的深化是构建企业核心竞争力的前提
 - 8.3.3 以顾客价值为导向的业务流程重组是构筑企业核心竞争力的条件
 - 8.3.4 企业管理模式创新是构筑核心竞争力的保证
 - 8.3.5 企业信息网络系统是构建企业核心竞争力的手段
 - 8.4 基于知识资本的企业可持续成长的路径选择
 - 8.4.1 以特殊性知识为切入点的路径选择
 - 8.4.2 以整合性知识为切入点的路径选择
 - 8.4.3 以配置性知识为切入点的路径选择
 - 8.5 基于盈利模式创新的互联网企业成长分析——以乐视移动传媒网为例
 - 8.5.1 网络视频行业产业链与盈利分析
 - 8.5.2 乐视传媒网提供的基本产品与服务
 - 8.5.3 乐视传媒网的盈利模式创新
 - 8.5.4 乐视传媒网核心竞争力的形成
 - 8.5.5 基于盈利模式创新的乐视网成长途径
- 第9章 腾讯公司的盈利模式创新与迅速成长
 - 9.1 腾讯公司盈利分析
 - 9.1.1 腾讯公司提供的产品与服务
 - 9.1.2 盈利主要来源
 - 9.1.3 收入结构分析
 - 9.2 基于核心竞争力的腾讯战略分析
 - 9.2.1 腾讯战略定位：以QQ为中心，构筑产品金字塔战略布局
 - 9.2.2 基于技术与应用创新的腾讯竞争战略
 - 9.2.3 基于盈利模式创新的腾讯竞争战略
 - 9.2.4 基于创新的腾讯核心竞争力形成
 - 9.3 腾讯成长路径分析
 - 9.3.1 网络经济下腾讯的成长框架
 - 9.3.2 网络外部性、正反馈与腾讯的壮大
 - 9.3.3 基于盈利模式创新的腾讯成长
- 参考文献

《互联网企业成长与盈利模式创新研》

精彩短评

1、视野太差，很多案例已经非常陈旧了。用经济学的方法分析是新思路，但内容缺乏深度，在商业模式的探讨上比较鸡肋，尤其是互联网案例的延伸上。

《互联网企业成长与盈利模式创新研》

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:www.tushu111.com