

《互联网+企业》

图书基本信息

书名：《互联网+企业》

13位ISBN编号：9787111511557

出版时间：2015-9

作者：严卫国,王冠军

页数：263

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》

内容概要

编辑推荐

当企业经营的外部环境遭遇互联网技术全方位颠覆的时候，我们必须拿起武器进行“自救”。要么联结，要么被联结。能否掌握“互联网+”的新生产要素，能否找到联结点、联结模式，成为重中之重。

内容简介

“互联网+”浪潮袭来，传统企业的边界将被冲得七零八落，传统经营的每一个环节都可能被肢解，新一轮社会化大分工将出现。

被对手打败并不可怕；可怕的是不知道对手在哪里，一夜之间就被颠覆。这就是互联网+企业竞争的特点，无论你身处哪行哪业，都逃不过这场基于互联网的技术革命！

既然逃不过，那么我们就拥抱它，掌握“互联网+”的模式和方法，画出互联网+企业的新蓝图。

作者简介

作者简介

严卫国

国际注册管理咨询师（CMC），MBA（Full Time），润蓝托管董事长。拥有10年中国石化、8年企业管理咨询、4年民企高管工作经验，近年来，致力于企业转型升级、利润改善研究，在“互联网+商业模式”和“互联网+技术开发”方面取得一系列创新成果。帮助网筑集团绿城电商推进“互联网+建材家居”，喜获红杉资本6000万美元的首轮融资；发起设立上海润吧信息技术有限公司3年，即将正式挂牌“战略新兴板”，拥有多项软件著作权。著有《谁剃光了企业的利润——中小企业转型升级之路》《扭转公司盈利困局的第一堂课》。

王冠军

上海交通大学经济学学士，润蓝托管董事、合伙人。先后在佛山2家知名企业担任公司高管，从事企业管理咨询工作10年之久，对企业利润管理、市场营销有深入研究；熟悉互联网产品开发的需求规划，曾深度参与了网筑集团绿城电商“互联网+建材家居”商业模式创新项目。

书籍目录

目录

推荐序

前言

第一章 看清“互联网+”，确认升级方向

- 一、观点：超级互联时代，要么联结别的企业，要么被联结
 - 二、盘整：超级互联带来的冲击和困惑
 - 三、疑问：“8大体系”面临瓦解，传统企业如何“自救”？
 - 四、模式和方法：拯救“8大体系”，先了解“互联网+”
 - 五、颠覆案例：那些被颠覆或即将被颠覆的传统行业
 - 六、启发与思考：重构8大经营体系，实现“自救”
- 上篇“+互联网”——传统企业“浴火”，能否“重生”？

第二章 “互联网+研发”——用户互动，智慧集成

- 一、观点：用户参与、智慧集成，研发必须拆墙联网
- 二、盘整：我们有多少研发在借助互联网的力量？
- 三、疑问：研发触网的联结点在哪里？
- 四、模式和方法：4种模式打通用户参与
- 五、最佳实践案例：C2B是这样实现的
- 六、启发与思考：“互联网+研发”——内部研发变平台服务

第三章 “互联网+采购”——采购扁平，双向沟通

- 一、观点：网络采购，让采购在阳光下扁平化进行
- 二、盘整：互联网采购带来的5大冲击
- 三、疑问：采购如何集成5个联结点？
- 四、模式和方法：4种模式，看看你最适合哪种？
- 五、最佳实践案例：华立集团的互联网汽车梦
- 六、启发与思考：“互联网+采购”——“链式”采购变“网式”集成

第四章 “互联网+制造”——信息物理，柔性制造

- 一、观点：物的互动将引爆新一轮制造革命，信息物理系统主导未来
- 二、盘整：中国制造2025将带来什么？
- 三、疑问：被边缘的传统制造如何重振雄风？
- 四、模式和方法：5种模式颠覆传统
- 五、最佳实践案例：依靠“互联网+”解决西装定制痛点以及走在前端的海尔“云制造”
- 六、启发与思考：CPS——新一轮“智造+服务”革命

第五章 “互联网+营销”——O2O到来，“4T”成为趋势

- 一、观点：纯粹依靠地面的营销不再是营销
- 二、盘整：哭泣中的传统营销

101

- 三、疑问：线下营销如何移植到线上？
- 四、模式和方法：O2O时代全面到来
- 五、最佳实践案例：资本青睐的O2O践行者
- 六、启发与思考：用户为核，“4T”营销

下篇“互联网+”——红利大战，整合集成

第六章 “互联网+服务链”——全生命周期呵护

- 一、观点：不能闭环的服务，不是网络服务
- 二、盘整：传统服务链的5大“痛点”
- 三、疑问：服务闭环的联结点在哪里？
- 四、模式和方法：四种模式闭环服务
- 五、最佳实践案例：“互联网+汽车”与“互联网+医疗”的服务闭环赢家？

六、启发与思考：闭环才可持续

第七章“互联网+供应链”——核心企业搭建平台

一、观点：重组“三流”，才能扮演核心企业

二、盘整：传统经营“三流”的8大“痛点”

三、疑问：“三流”集成的双向联结点

四、模式和方法：“三流”集成的4大模式

五、最佳实践案例：解读怡亚通、欧浦钢网的供应链一体化平台

六、启发与思考：连起来就能传动

第八章“互联网+生态圈”——抢夺入口，构建生态圈

一、观点：网络入口争夺更加激烈，生态圈竞争主导未来

二、盘整：传统边界的枷锁很快就会被摧毁

三、疑问：如何破“界”，构建生态系统？

四、模式和方法：围绕用户抢夺入口，4种模式打造生态圈

五、最佳实践案例：大北农、乐视网是这样打造生态圈的

六、启发与思考：圈在一起，万物共荣

后记“互联网+”时代，我们能做什么？

《互联网+企业》

精彩短评

- 1、推荐：新书情景描述很多，图表很多，容易理解，解读了很多企业互联网+实现的路径，能指导实战。互联网+转型，值得研究。一本实战型工具书。
- 2、本书的互联网+内容并没有站在宏观经济的高度，也绝非学者派的理论模型分析，也非市场主流的O2O案例大一统介绍，而是从企业的价值链着手，包括研发、采购、制造、销售等环节，从企业的供应链和生态圈展开分析，使得本书的分析更接近目前中国大量中小企业的实际现状。书中的一些观点深入浅出，案例也是以图表为主，易于理解，使得本书在众多高达上的互联网+书籍中独树一帜，值得细细品读。

1、朋友推荐《互联网+企业》这本书，读完非常有收获。两位作者都有很强的企业实战和咨询经验，摒弃了长篇大论的教条性名词解释和空洞的理论，通过各种场景描述，让不明白互联网+的读者都能轻易被每个篇章不同故事情节吸引读下去，了解互联网+是到底是什么。而对于知道互联网+是什么，却不知道如何利用互联网让传统企业升级的读者，也可以在书中每个章节通过场景描述企业的典型痛点、分析标杆案例、针对互联网背景给出建设性的意见，找到思考的方向和方法。此书绝对是了解、学习互联网+，及思考传统企业如何在互联网+的背景下转型的最佳利器！

2、经常听说传统企业要转型，现在不仅是互联网行业，更是互联网+行业，我就疑惑了，到底什么是互联网+？传统行业又如何做到与互联网行业接轨？实现互联网化呢？看到《互联网+企业》，这本书在整体的概念上解答了我的问题。首先作者提出，超级互联的四大趋势：人-人：社群化物-物：智能化物-人：智慧化人-物：定制化所以超级互联带来的冲击包括：商业形态、消费习惯、思维方式以及竞争手段四个方面。而要实现互联网+，首先要实现+互联网。所谓的+互联网就是以传统经营要素为主体，以互联网为工具、技术、手段。而互联网+是以互联网为拉动和整合力将传统的经营要素重新切割、组合、联结后并融入互联网。下面这张图比较完整的说明了本书所涉及的内容：而我比较关注的是两个内容：互联网+研发和互联网+制造。对这两个部分进行了精读，其他部分略读的了解了下。

互联网+研发观点：用户参与，智慧集成，研发必须拆墙互联网互联网研发带来的冲击包括：研发方式：由封闭式层级式内部主导转向开放式交互式社会化协同研发流程：由瀑布式以过程为中心的流程转向迭代式以人为中心的敏捷式开发研发周期：逐渐缩短，升级换代快研发管理：侧重由研发上市前管理到全生命周期管理所以以后可以考虑从概念设计阶段引入众创，使用众包的方式进行产品设计，运用云项目管理工具进行项目管理，使用众筹进行新品试销，最终通过定制实现批量上市。我忽然觉得好可怕，未来的软件公司其实只需要一个项目经理，一个业务人员，一个架构师就可以了。开发可以众包出去，测试也可以。而且现在已经有这样的苗头了。悬赏找APP的BUG，已经不是新鲜事了。所以努力提升自己的竞争优势迫在眉睫。另外，作者的一个论点我不是很赞同。敏捷只是一种工具和方法，只是看产品的业务复杂度及不确定性来决定使用瀑布还是敏捷。我不否认研发互联网化是个趋势，但是这与敏捷和瀑布无关。互联网+采购网络采购，让采购在阳光下扁平化进行。通过建立基于卖方，或者买方，或者第三方的网络采购交易平台，实现互联网+采购。互联网+制造身处制造业的人都听过：两化融合，工业4.0，工业制造2025等等。其实就是将互联网融入到工业制造中。主要体现在智能智慧管理上。而通过大数据的智能排产可以轻松实现生产计划制定和执行，通过MES系统实现现场加工的信息化智能化，通过在线监测及互动实现全面质量管理……互联网+营销这个部分属于大家接触的比较多的了，淘宝、京东、自媒体等等都是属于这个内容的。而现在越来越多的提及的是用大数据进行分析推广，实现精准营销。互联网+服务链通过互联网实现服务的全生命周期服务的闭环。服务的全生命周期包括：询问、购买、使用、评价、报废。而对应到互联网的部分可以理解为：需求、比价、购买、享用、评价、售后、报废。这里面的每个环节都可以用互联网的手段进行扩展，最终实现以客户为中心的立体全面的互联网+服务链。互联网+供应链供应链主要涉及到“三流”：信息流、物流、资金流。在实现互联网+供应链的时候，应该以物流为落脚点，实现信息流和资金流的连接传动。互联网+生态圈互联网时代，企业边界将变得模糊。制胜关键在于：抢占人口，搭建平台，开放服务，黏住用户，构建生态系统。作者以自然界生态系统为例，让我们来理解一下互联网的生态圈。其实就是把之前讲的“三流”+“人流”组成整个互联网的生态圈。让所有的平台通过互联网互联互通，实现信息流、资金流、物流、人流的流转，万物共荣。写在最后：这本书讲的内容其实挺广的，也让我大致了解了到底什么是互联网+，以及如何实现。其中最重要的部分是要对自身企业的价值链进行分析，通过互联网的手段提升价值链中一个或多个环节的效率，从而解决转型的问题。这里面还需要注意的是，所谓转型，一定要明确为什么要转型，转型能带来什么，而不要跟风。有的东西是需要自上而下从组织到执行，从观念到行动统一融入的。这本书属于什么都提到了，但是讲的其实不深入，对于可能遇到的问题和困境也没有进行分析和说明。看上去一片赞歌，互联网+就是好。如果想读的话，建议和我一样对感兴趣的部分精读，其他部分作为了解的略读即可。完整的2~3个小时即可读完。小婧是一名行走在产品路上的资深业务分析师（BA），如果想与我同行，就请关注我吧！

3、正值乌镇的互联网大会闭幕之际，我收到了幸福进化俱乐部的赠书，于是利用双休日的时间认真研读了《互联网+企业》。说真的，近几年来，有关互联网、大数据的书层出不穷，有宏观的，有微

观的，有关于历史回顾的，有关于未来展望的，但很多书的观点几乎还是局限于传统社会的那一套，就事论事，没有新意，有点先入为主的做法，即传统社会中应该有的事物，在互联网时代也应该有，传统社会中没有的事物，在互联网时代即使有，也不是主流。这种主题先行的写作手法，实在可恨，又可怜。在选题立意的偏差，往往导致对互联网+企业的述说是隔靴搔痒，看到了痛处，却又拿不出解决方案，让读者如坐针毡。好在严卫国、王冠军的这本书，走出了这种不俗不雅的窠臼，在全民创新创业的浪潮中，找到了突破口，发现了新境界。我们所关心的传统经济社会中存在的产购销、人财物等要素，在互联网+的背景下，是一如既往的重要，有所边界，有所门槛，还是被互联网的洪流而摧枯拉朽，成为可有可无的存在。而且，我们关注的不是结论，而是过程，是如何以互联网思维去改造传统社会的经济生产生活模式。诚然，营销的重要性明显超越了生产，如雨后春笋出现的新概念就证明了这一点，从争夺眼球，争抢入口延伸到培育核心竞争力，打破过去一招鲜，吃遍天的做法，才是互联网创业的实质所在。我们只有实现营销、生产、管理的内在逻辑统一，才能在工业4.0的时代走得更远，行得更好！也许，读这本书，并不能让你完全看清互联网背景下运营的全部面目，但对于很多像我这样，非IT专业非互联网从业人士，想对互联网运营有些了解，这本书还是足以胜任的。当然，对于资深者，这本书作为茶余饭后的谈资，也不啻一次良好的契机。这本书的不足在于，有些专业术语一代而过，没有最基本的铺垫与解释，让我们不得不借助于其它书刊去了解其应有之义，希望在再版中有所改进。是以书评（猜猜）

4、读这本书的简介时，我是这样想的：当看到互联网正在颠覆一个又一个传统行业，看到当当亚马逊的兴盛，看到双11淘宝天猫京东的火爆，看到滴滴快的的便捷，看到微信运营风声睡起，互联网正在以迅雷之势慢慢侵入我们的生活，那么下一个，下下个行业又是什么呢？为什么这些行业会被侵占，原因何在？未知的行业有没有被侵占的可能？希望通过本书得到一个清楚的解答。读完后，我来解答我当初提出的疑惑：1. 下一个，下下个行业又是什么？未知的行业有没有被侵占的可能？许许多多的行业都可能成为，传统行业应该转变思维，加入互联网企业的浪潮。本书简介里面介绍的老百姓买电、卖电，智能家居等，在书中都有详细阐述。2. 为什么这些行业会被侵占，原因何在？看完本书，觉得这个问题问得比较幼稚，因为互联网思维和传统企业的思考方式、经营方式都是不一样的，两者从研发体系、采购体系到营销体系、组织体系等都有巨大的差异，互联网企业的给人带来的便捷以及个性化等的服务，使得这些行业逐步被侵蚀。随着技术发展的支持，互联网企业的发展会很成熟，传统行业急需转型。阅读感受：本书的条理清晰，叙述流畅。每每读到疑问处，作者像是知晓你的心思，总会在稍后详细为你解答。与作者一问一答，似是对话，蛮有趣味。知识获取：文本的理论分为8大部分，对应企业经营的八大体系——“研发体系、采购体系、制造体系、营销体系、服务体系、供应链体系、组织体系、生态体系”。作者会针对每一体系，阐述互联网时代的思维，同时对比传统企业的经营思维，一针见血戳出传统企业的思维痛点，娓娓道来传统企业应该如何转变思维，转型触网，在详细的理论介绍完毕后，作者一定会用真实存在的企业案例说明，当看完案例以后，你会对这一体系有直观的了解。第一次阅读互联网方面的书籍，作者在书中介绍了很多新鲜事物，例如分享经济，CPS（信息物理集成技术）。此外，我认为本书最大的亮点是，作者加入的鲜活案例，书中的案例包含了众多活跃在互联网一线的企业，案例阐述了这些企业是如何运作，如何接入互联网，如何一步步发展，难能可贵的时候，作者用大量的数据阐述案例，令人信服，也可见作者写书的真诚。如果你是传统的中小企业，那书中有你能够获取的经验，例如参考西莫论坛，做成一个知识社区，该论坛是围绕机电方面的专业技术问题展开讨论，网民提出问题，其他网民朋友帮助解答，或者上传技术图纸和方案，分享给专业需求者。这样一来，一个论坛很容易就形成知识积累。企业可以借助这个方式进行知识管理。传统企业做知识社区并不难，没有条件可以建立微信群、QQ群，有针对性地讨论问题。如果你是大型企业，那书中更有你能够获取的经验，例如中粮、海尔的触网之路。互联网企业注重的是个性化的服务，大企业如何做到个性化服务，本文将针对不同体系详细阐述大企业的触网经验、发展之路。如果你正在创业，那书中的开篇就有你能够学习的思维，看完本书，你可能会改变创业的思路。推荐指数：推荐指数4.5分。选择这本书的初衷是因为自己在一家依靠互联网进行社会化学习的公司实习，我的感受是，虽然作者只是偶尔涉及互联网下社会化学习的介绍，但对于社会化学习的论述是十分精准的，偶尔涉及的介绍都能如此精准，单从这点感受来说，本书值得推荐。此外大量的案例及数据，大量原创清晰的图片，都为本书加分。

章节试读

1、《互联网+企业》的笔记-第1页

超级互联网时代，要么联接别的企业，要么被联接。

2、《互联网+企业》的笔记-第6页

【消费者主权】消费者通过其消费行为以表现其本身意愿和偏好的经济体系，称为消费者主权（Consumer Sovereignty）。

3、《互联网+企业》的笔记-第10页

【迭代】简而言之，迭代就是针对某项需求，不断地接受客户反馈，并进行修改完善。通过重复反馈，来逐步接近客户需求，最终满足客户。迭代强调的是通过与用户互动，来不断地完善产品，达到极致。

4、《互联网+企业》的笔记-第4页

如果你是一名企业的经营者，你认为这些都是笑话，那么，你可能正在远离主流目标消费者；如果你远离了这些看《小时代》长大的主流消费人群，也许，你将会在互联网时代中失去未来！

5、《互联网+企业》的笔记-第6页

【PR值】“PR值”是英文PageRank（网页级别）的缩写，PR值是用来衡量网页等级的一个标准，一共有10个等级，最低级别为0级，最高级别为10级。他是Google（谷歌）公司用于评测一个网页“重要性”的一种方法，企业可以通过“站长工具”，查询网站的PR值，也可以通过检测PR值来了解和掌握网站运行的效果和质量。

6、《互联网+企业》的笔记-第11页

【正向现金流】简而言之，就是企业尽可能说缩短收款时间（应收账款），尽可能延长应付帐期（付款时间），在一个经营的时间点上，收入的现金流量大于支出的现金流量，实现现金流量的代数和为正。

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