

《互联网+秋叶课堂：我的网课创业》

图书基本信息

书名：《互联网+秋叶课堂：我的网课创业》

13位ISBN编号：9787111526724

出版时间：2016-3-1

作者：秋叶

页数：236

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+秋叶课堂：我的网课创业》

内容概要

在线教育被很多人视为“互联网+”创业热潮中的下一个风口，越来越多的老师和创业者选择在线教育创业。本书作者秋叶老师2013年双11正式带一帮小伙伴开始在线教育创业，在短短两年内“从0到1”，累计做到了超500万元的销售业绩，成为国内Office领域在线教育运营最成功的团队之一。在这本书中秋叶老师结合自己的实战经历，向各位完整剖析了两年创业的真实复盘思考，是一本值得在线教育创业同行入手的必读书。

秋叶是谁？如果你认为他就是个教大家做PPT的，那你就太OUT了，秋叶不仅是个被万千粉丝追捧的PPT达人，更是一个成功的互联网创业者。秋叶用两年时间把一门手艺变成了一门年销售400万的生意，而他的运营团队却仅仅只有8个人。在30%的上市公司利润不足5000万的2015年这可以说是个不俗的成绩。现在秋叶老师把他做网课创业的商业思考和商业实践的全过程写成了《互联网+秋叶课堂：我的网课创业》一书，本书全景复盘了秋叶互联网创业2年来的每一个细节。

虽然秋叶不能算是互联网创业中*为成功的，但是他的书却是讲互联网创业*实在*落地的。在这本书里中毫无保留地和读者分享了自己做在线课程的过程、步骤、理念和商业运营模式。他说：“我希望有更多同行看了我的书受到启发少走弯路；让更多的人习惯在线学习，我们的市场都会更大。”

如果你是一位手艺人，或者你有一个自己创业的梦想，这本书无疑是你必读的互联网创业案例分析读本。创业之路纵有千难万险，总有实践者为我们引路领航！从细节观察成功者的实践路径是成功的不二法门！

《互联网+秋叶课堂：我的网课创业》

作者简介

秋叶，真名张志，武汉工程大学副教授，新浪微博红人、PPT专家，实战网络营销专家，出版《超越对手：软件项目经理不可不知的18种技能》、《技术演示策略》、《名博是怎样炼成的》、《超越对手：大项目售前售后的30种实战技巧》、《微博控控微博》、《说服力：让你的PPT会说话》、《@青春-写给青年朋友的信》、《不要等到毕业以后》等多部专著。

在“两访两创”活动中制作《如何读大学》PPT，在新生中引起广泛呼应，全国下载2万多次，并被中央电视2台早间新闻《第一时间》、中央电视台新闻频道，中央人民广播电视台，湖北电视台公共新闻频道，中国日报，长江日报，楚天都市报（首版和整版报道各一次），新华网，人民网，新浪网，搜狐网，网易网，腾讯网等300多家媒体报道，引起了广泛影响，所指导的网易云课堂《和秋叶一起学PPT》系列课程自2013年双11上线，两年内发展了4万名付费学员，是国内影响力最大的OFFICE在线课程。

书籍目录

目录

前言

引子 关于在线教育，我们知道得太少

1起因 凡事都有因，当时未自知

2契机 破局需机缘，决策凭立断

2.1 2013年年初我是怎样思考在线教育市场的？

我们该怎么看目前在线教育网站的繁荣？

我们需要怎样的在线教育模式？

在线PPT课程需要的十大元素

哪些人在在线教育市场里有机会？

在线教育发展模式分析

一开始就要清晰设定在线课程研发标准

2.2 光想是不够的，关键是做

3取舍 大局看长远，有舍才有得

3.1 我的目标

3.2 选择网易云课堂的原因？

原因1：我想选择一家有生存能力的平台

原因2：我想选择一家方便我推广的平台

原因3：我想选择一家支持图文学习的平台

原因4：我想选择一家在市场投入给我们更多

支持的平台

4创新 图文本是书，取长补短

4.1 为什么我们不采取视频模式授课？

第一个原因是我不适合视频教学模式

第二个原因是视频模式对我而言开发成本太高

4.2 图文学习模式有优势吗？

4.3 图文学习模式口碑到底如何？

4.4 图文学习模式到底改进了哪个行业的运营模式？

5体系 打通社交圈，一环扣一环

5.1 特色一：在线平台和在线平台打通

5.2 特色二：学习教材和老师讲解打通

5.3 特色三：在线答疑和同伴环境打通

5.4 特色四：作业批改和口碑分享打通

5.5 特色五：课程实践和整合传播打通

6课程 市场是主导，顺势才可为

6.1 怎样选择适合的课程

符合我们的受众年龄段

必须有足够的规模或者付费意愿强

必须是面向场景化技能学习

必须是我们能够理解的技能学习

6.2 好课程的标准是什么？

6.3 我们是如何设计课程的？

6.4 我们在设计课程上积累了哪些经验？

要求一：先举三返一，再举一反三

要求二：痛点导入，场景代入

要求三：像拍电影一样写教程

要求四：像构建游戏一样控制课程的节奏

要求五：课程允许建立鲜明的个人风格

6.5规划一门课程教学内容需要思考哪些问题？

6.6在线图文课程的作业设计

第一个要求是必须标准化

第二个要求是必须可视化

第三个要求是必须主动诱导

6.7在线图文课程的答疑设计

7老师 名师出高徒，不用守成人

7.1要高度重视老师团队的开发和培育

7.2怎样的老师适合在线教育？

7.3线下名师为什么很多不适合做在线教育？

8学员 小白何其多，画像要精准

9营销 流量靠运营，魔鬼在细节

9.1为什么我们的课程敢不限时不限次数？

9.2我们的课程价格是如何确定的？

9.3为什么我们不做免费试看？

9.4为什么把答疑分享叫福利？

9.5为什么做活动免费送书或给读书笔记PPT？

9.6如何做版权保护？

9.7推广的时机真的很重要

9.8我们是怎样找到大促模式的？

9.9我们如何发现大促节点的？

9.10我们的流量是怎样来的？

9.11怎么做广告推广有效果？

9.12如何把老客户变成新客户？

10团队 选人要看将，用人要用长

10.1小团队也可以撬开大蛋糕

10.2核心团队必须要有抱负

10.3团队的薪酬和组织模式

11战略 深谋出远虑，格局定大局

11.1我们要有伟大的梦想

11.2我们要有坚持的准备

11.3我们要有核心的优势

核心竞争力一：聚合了国内的优质PPT资源

核心竞争力二：我们小伙伴越来越有竞争力

核心竞争力三：我们得到了网易云课堂的大力支持

核心竞争力四：我们有不同渠道的引流能力

核心竞争力五：从单门课程到形成课程群

核心竞争力六：我们成本控制能力一流

核心竞争力七：我们有合理的回报机制

结束语

精彩短评

- 1、课程设计相关细节
- 2、干货在前面，越到后面越水。感觉秋叶老师的逻辑不强啊@秋叶
- 3、秋叶创业的一点一滴，很多地方对我很有启发，不错
- 4、很真诚的干货，非常值得阅读
- 5、内容背后的解决问题的方式比本书更有价值！
- 6、做在线教育必读，秋大真乃业界良心，把他对行业的思考很真实地写出来了
- 7、讲了秋叶系列网课的方方面面。看到的时候还是很惊喜的因为一直都想了解秋叶大树做课的事情没想到还基于这些东西出了书。
- 8、读的秋叶老师的第一本书，很多地方有启发，但是流量来源那里，我觉得数据是有偏差的，有意把网易云课堂带来的流量去掉了，天天挂首页不可能一点流量都没有的。
- 9、看似很简单的一本书，确将创业的整合思考，定位，合作，营销策略，未来布局写的很细致，尤其是秋叶对教育的思考和互联网化的营销模式很赞，收获不少
- 10、学了秋叶大叔的课程，读完这本书，才发现，一些细节的精妙！
- 11、仅凭这本书，就算我不认识秋叶，我也会毫不犹豫买他的课程！
- 12、互联网创业成功的真实案例，值得一读，作者七年来经历的结晶。
ppt做好 赚钱，还要通用能力:接单，沟通需求，定制，运营品牌，做市场，搞推广，谈价格，整合资源，项目管理，带团队，演讲，培训，写文章，出教程，写畅销书。
CEO搞战略。不自己干活但清楚步骤，使之标准化，并找人做。
- 13、干货满满，创业成功的真实安例，做在线教育的值得一看
- 14、本书全都是秋叶老师在线教育的具体实践，因为工作原因，我特别喜欢“课程”那一个章节，给了我很多启发，高大上不是不好，但不会适合所有人。
- 15、写了秋叶创业的整体思路，有很多实战的例子在里面，干货不要太多！看一遍明显不够啊！
- 16、一个很偶然的的机会，读到了秋叶老师的这本书。由于时间关系，没有读完。单就前面几章，秋叶老师娓娓道来，如此平实，有如唠嗑。在简单叙述中，给人以启发，引人以思考。
- 17、秋叶大叔的产出是很惊人的，关键在于他对于自己所做事情有非常清晰的规划并且每一步都及时总结，这一点实在是让人敬佩。
- 18、挺不错的，很干货，很多经验值得借鉴，对于我这种想开网上课程的人很有启发。
- 19、「秋叶」就是「采铜」定义的那种「厉害的人」。大叔复盘创业过程。见微知著，书中每一个数字皆有出处，清晰描述如何得来？为什么这样设置？考虑到哪些方面？思维缜密...请收下我的膝盖。

精彩书评

1、秋叶老师的这本新书内容与《社群营销》有异曲同工之妙。由点（ppt）的研究与深入，一群ppt达人聚集的大叔核心群发散出来的小圈、小的体系以及围绕职场技能的线上教育。从ppt的课程、读书笔记、电子书、群殴、一页纸……每一个项目都涉及到了ppt但又不局限在一个单独的圈里。你可以复制产品但你复制不了源源不断地创意和稳定的质量。不管做哪一个行业都会有复制者出现，关键是怎么保持一直领先给他们提供追逐的动力。不管在行业里是不是第一，当产品线越长时你的专注点就会偏移，只能关注爆款。这个时候就要保持核心竞争力不让顾客的口碑降下来，差评越多越不好控制。第一次购买产品的体验会让你对这个品牌的产品产生怀疑甚至抵触。互联网上的教育可以快速的迭代更新，传统行业中的产品就没那么快只能一点点的去变，你不变就被追上。这本书大叔换了编辑，不是佳少了。可能出版时间比较赶错别字较多。书中的图微软雅黑字体和书页中原有字体也不是很明显的区分，要是彩版的就好了。

2、2016年9月2日契机1.好的课程是让学员学到东西，而不是老师的个人技能炫耀；2.多平台占位曝光，增加认知度；3.写书是个人成长最快的方式之一；4.用朋友圈或者微博交作业可以提高成就感，参与感和曝光度；5.在别人愿意付费时不抓住他，过了这个阶段，他就不愿意了；取舍1.如果流量不能顺利导入到一个平台转化的话，损失会很大；2.BAT三大平台互相屏蔽，难以流量导入；3.长期和一个平台合作，形成1加1大于2的效果；创新1.微课其实是一本不停更新的书，因为工具书3个月就会更新过时2.国内的书再便宜，也比国外的便宜，大多数人不愿意为知识付费体系1.在线教育可以节省门面，仓储，物流的成本；2.教育的根本目标是让学员学到东西，这样才愿意付费；3.用QQ交流和解决疑问，用微博提交作业就不用转换频道平台，4.依据大家的固有习惯来创造新的教学方式；6.2000人的群管理一定必须有禁言，有事小窗；7.开始建群的时候一定要QQ群，方便文件共享；8.每周有固定时间学院分享干货和学习心得9.每天早起分享一段有趣的话或者感受；10.用微博，朋友圈交作业可以免费做用户体验广告；感想：其实这本3月份的书在angie特训营里面用到非常多，都是实践，以后关注秋叶11.用新书来给大家做“群殴ppt”等活动，增加与企业、出本社的活动和提高成员积极性；课程1.用朋友圈积攒送书，32个赞，2.每一节课不少于40页，不多于80页，3.内测也应该是付费的，杜绝因为感动而点赞，4.制造场景感来做出带入感5.分享自己做的课程让别人觉得这小子学的那么快，制造压力和购买欲望6.答疑老师与课程研究老师分开学员1.交钱是为了心疼专心尽力的学习营销品牌的价值大于课程的价值学员玩的起，对手亏不起，我们玩得起，买课程，送私微信号一个人一旦习惯了一种学习方式，就会期待新内容送书是选择爱学习的同学的方式

3、昨天一口气读完了秋叶大叔写的《互联网+秋叶课堂—我的网课创业》，作为一个2013年就开始从事网络在线教育的讲师来说，读完这本书脑子里已经变得一片混乱，不是真混乱，而是干货太多，共鸣太多，引发我的思考也太多，还好，读完后安静的思考并且整理思绪，才逐渐平静下来。关注秋叶大叔不是一天两天了，那时候还没有微博，大叔还不教PPT，还不是网红。当时在畅享网上关注@萧秋水，自然而然也就关注了秋叶，据秋水说他们合写了三本书都没见过面，当然那是很久以前的事情。我买的秋叶大叔的第一本书是《超越对手——大项目售前售后的30种实战技巧》，这本书真是纯干货，当时秋水还在金蝶上班，我看这本书的时候也在上班，因为涉及的企业背景是金蝶用友这类公司，自然对工作很有参考价值。那时候就觉得，这种技巧在自己的公司，很难有人这么系统的把经验整理出来分享给你，何况你还可以了解到别的行业别的企业是如何和你做同样的事情，差距一眼就能看出来。后来秋叶大叔和秋水的品牌风格变的明显不同，秋叶注重营销，这么多年关注下来，一步一步看他成为一个网红。秋水仍然安安静静的读书，养花，写作，旅行，吃吃喝喝，以前我关注秋水是因为她是国内顶尖的知识管理专家，现在真说不清楚，她的斜杠太多了。这两种风格，都是我喜欢的。而这两位最让我佩服的，就是他们的分享精神。大叔自从跨入了PPT圈，就红的一发不可收拾。他最核心的成果，就是让人家一想到学PPT就想到秋叶，这是他非常苦心经营的成果。他的关于网课创业的新书，我读完以后就感叹，大叔还是一成不变，什么都说，真实在。说他毫不保留太绝对，但是他绝对是把他和他的团队经营社群、品牌、课程的秘密说的很详细了。其实在这个时代，你分享的越彻底，越不容易被超越。我的父辈们一直教导我，做事儿一定要留一手，否则培养了徒弟就把你这个师傅饿死了。父母教导给我们的这些处事原则，也不是完全不对，至少在很多企业和很多环境下还是适用的。但是在人们广泛利用互联网，并且网络已经成为人生存的基础的今天，分享精神就显得尤为重要。我最早接触秋叶的PPT，就是大叔免费分享的PPT模板和已经做好的PPT，他的PPT不仅让人耳目

一新，而且一看就明白，我把这套PPT推广到我们部门，大家一起学，那时候大家的PPT制作水平确实提高了一个层次，以至于看到风格比较像的PPT，都会说这个PPT风格很“秋叶”。这些免费分享的PPT一定费了大叔很多时间和脑细胞，免费分享也就算了，主要网络上还有一些特别讨厌的人，把这些东西拿走做成自己的，用于商业用途。大叔肯定知道，但是这些并没有影响他分享的节奏。我记得大叔有一次被问到：“为什么你课程那么多，那么忙，你还到大学里去给大学生做公益演讲？”大叔说：“我做的不是公益演讲，是免费演讲。大学生是我的网络课程的主要用户群体，我给他们做演讲，也是为了能树立秋叶这个品牌，我也会介绍我的书和课程，所以我做的不是公益，只是免费输出干货。”他的书中说“我们送书给大一新生，很难说能否带来报名，但是我们认为这样可以让潜在学员提前了解到我们，等有需求的时候，我们成为他们首先想到的品牌。我们的所有运营都是先努力建设一个好的学习品牌，而不是追求短期回报。”这么多年的苦心经营，确实让这个品牌深入人心。因为越越老师听说我不用QQ，就推荐我看这本网课创业的书，她说秋叶在书里说了qq群和微信群有什么不一样，很受启发。我当时就拿起手机下了单。后来她说看我最近在写手帐，就告诉我她买了大叔的笔记术那个网课。我想都没想，买。结果第二天越越老师又告诉我，那天她提到的关于QQ群那个问题不是在这本书里，是《社群营销》那本。啊啊啊啊啊，我说这本我已经看完了，确实没找到，正纳闷呢。没事儿，继续买，谁叫秋叶大叔这出书速度比我看书速度都快呢。说实在的，大叔的手帐经验，比起我身边的那些手帐达人，应该差很多吧，但是他是秋叶啊，一定有他的门道，买这个课听我肯定不亏的。看看，这就是品牌的力量。最好的销售，就是做好品牌。营销的力度再大也是有限的，但是品牌一旦建立起来，就是最好的销售。每个人的品牌，都像自己的眼睛一样重要。品牌的建立可能需要很久，但是崩塌确实一瞬间的事情。你还记得石家庄的三鹿吗？学完就用这本书我读的很快，因为想的太多，一度思维混乱，所以今天写完这篇文章后，我打算再读一次。读这本书给我最大的启发就是对“李参的个人成长空间”这个个人品牌定位比以前清晰了。写博客很长时间，微信公众号也做了很长时间，一直不温不火，我一直没有想清楚这个定位。但实际上这就是我个人品牌的组成部分啊。前天我在沪江网建立了CCtalk群，一天就有200多位小伙伴加入。以后我也会仔细经营“李参个人成长课堂”这个品牌的，CCtalk群集成了教室和群聊两种功能，可以给我们很多发挥空间。今天早晨楼下晨练的时候，我打开CCtalk，看韩语大厅里面，有一个老师正带着大家晨读呢。多么勤快的老师啊，他们那个课是早晨6点半开始，以后我们早晨6点半在上面做读书分享，小伙伴们约不约啊。其实除了做“李参个人成长课堂”私房课，还有一件特别精彩的事情也开始启动了，叫什么名字没想好，但是主旨就是“李参和她的小伙伴们”，也是这两天脑洞大开的结果，在正能量挑战赛群里提了我的想法，很多人响应，其实我也觉得挺靠谱的，一言难尽，明天再说吧。这本书给我带来这么多好的想法，我要去落实到行动了，在这里再次表白秋叶大叔。原文链接：<http://www.lishen.me/archives/1124>

4、《互联网+秋叶课堂:我的网课创业》三星半这是一篇不太长的对秋叶团队解读，有一点点游戏攻略的意味。评论区更多的是崇拜者，希望你们不光学到技能，要更多地思考一下，为何这样运营？想想这样的逻辑，对你有什么启发？这个团队十分强大，有着旺盛的生命力和好奇心，一定会更大更强，祝好。一.背景篇秋叶他的积累是从9年前开始的，一名大学老师，做过项目管理，做过企业培训，精通写作，搞过销售，有一定人脉积累，在博客和论坛上积累了一定的人气。那年2007。为学校领导完成ppt，并在外进行讲座和培训，有人开始过来约稿了，加上之前有过写书经历，说服力ppt系列书籍应运而生，这一阶段还是积累。当然工作量巨大，需要缜密的思维，强大的意志力。与他人不同的是，秋叶有意识地向柳比歇夫学习，并将这一切记录了下来，这既是一种前瞻的规划，有方便的进行年终总结和产出分析，更关键的是利于传播和分享，惊人的产出尤其吸引了大学生们的眼球，他们需要批判性思维，但是教会他们皮毛之前，他们一定是盲从，确实有利可图。那不如先为他们提供最好的服务。那年2009。作者主题阅读ppt书籍，想象出了模式，加上慕课开始在网络上流行，并真正留心到了机会——在线教育。mooc是一个启发，但是仍然有它的不足，比如课程的完成率，因为缺乏老师的监督，只在5%到10%；视频课程的学习受环境影响限制特别大。自己手中最有力的武器和工具是ppt，不如把图模式作为教学模式，自己的教学经验，有了用武之地。旧的视频方式不理想，我们就用图文颠覆它。2013年双11正式网易云课堂上线，《和秋叶一起学ppt》。课程确实受到了重大的欢迎，当然少不了整个团队背后的努力，不知道有多少心酸和血泪史。当然，每一步都是经过冷静分析和慎重选择的。比如说在线课程市场多大？你要营销的人群是什么？整个课程的定位是什么？你打算在什么平台上线？在什么时候上线？什么时候上线自有优势？此时团队已经相当强大了。那年2013。如今光ppt一门课程就已经破3万人，两三年以来营业额更是突破了500万元，不得不说这是互联网，在线课堂创

业的奇迹，也是目前整个领域内的领头羊，是线上教育的典范和参考，开创的图文教育思维更是值得每一位创业者，尤其是线上创业者，进行更多的思考。

二.运营篇再看看运营的几个核心关键词:图文于营销，福利与互动。图文与营销(1)这是课程开发者充分地扬长避短，避免没有镜头感的相关经验。(2)图文制作成本比视频成本低。控制好成本，是整个企业运行下去的立足之本，毕竟公司大多数的90后员工还是要吃饭、扎根立足于城市的。(3)从三维的视频课程将回到二维的图文教程，居然更受欢迎，颠覆式创新。(注:降维不是普适的，比如有的大学生到工地进行管理，工人都是认钱干活，那个时候的降维也就和现在的降维就有天壤之别了)(4)不提供免费试看。但是向淘宝学习，把口碑弄好了，销量自然上去。走的是口碑营销+社群营销的路线。(5)方便修改不限次数。一来可以不断地纠错；二来比其它限制次数的课程有优势，感觉是福利能占到便宜，当然也不限制时间和地点学习；三来像小米学习价格战，产品服务比较好，但是价格比同类产品都要低很多(6)图文课程多点开发。系列化稳定高质量产出，企业存活的不二法则。(7)节奏感的把握。电影看得多，不如想想把，教程弄成拍电影的形式，或者游戏玩多了，想想游戏也行，就是把握好教程的节奏感。这是不是知识迁移运用的最好证明？当然还有压轴的阿文，无节操、个性十足、有趣的信息图表课程。福利与互动传播和营销需要懂人性，用福利来吸引眼球再聪明不过。

(1)真人答疑，几个人的努力和积极回复，可以和机器回复形成鲜明对比，前来围观的人就要给他们亲切感。优势有三:互动，社交，情感。心态调整好，课程风趣幽默，真人批改作业表扬，转发建立成就感，曰:互动；人作为社会性动物，需要融入群体，有依赖需求，顺便刷刷存在感，曰:社交；人与人之间可谓最珍贵的字眼是:情，需要建立可靠情感依赖，可以情感依赖，更要有来有往，时不时一个可靠的红包打赏，也是维系感情的机智选择，说的好听叫情商高，说的不好听叫鸡贼，懂人心。当然团队扩大时最需要解决的一个问题是答疑团队的建立，这是互动的核心环节，从包中不知道是否存在问题——因为以钱来解决，导致答疑直量下降。当然但愿不要是这样。团队有方解决:“答疑者不开发课程，开发课程者不答疑”，这也是专注的力量。

(2)内训分享，团队能够请来有名声的人物也是团队实力的展现，不光光是内训分享带来的内容而已。(3)比赛pk，人群有需求，希望把知识变成技能，虽然老师的团队就要想办法让他们动手，让他们分享，让他们在完成的过程当中感受到成就感，同时也感到得到了认同。相互pk还能看到进步，相互鼓励，有的甚至可以得到红包打赏。虽然一开始举一反三很难，那就先从举三反一开始，科学规划，而且图文课程方便查找，简直就是步步高点读机的“哪里不会点哪里”，“妈妈再也不担心我学习了”。(4)各种送书，各种福利分享。这是一个投入与产出的过程，先舍后得的过程，因为要与客户建立联系，短期小成本的福利投入是为了酝酿大的回报，以小博大，公司运营的根本应该就是这个。云课堂app开发中，不如加上有趣的一条，就像360那样，你学习xx节课程当中xx节课，超过了xx%的小伙伴，数据联网动态实时更新。

三.优势篇第一个吃螃蟹去了螃蟹吃好的人。管理有方，有战略，有手段。成本控制得好。“回报”:组织各地各种线下活动，一年两次，管吃管住管玩管交流，分金有方，反正你的团队成员认同即可，道唯一，法万千。公司一定有商业模式，给大家的福利也是营销的最佳手段。集结了最优秀的ppt资源。团队中的小伙伴逐渐变得拥有各自独特的竞争力。网易云课堂平台的支持。团队能够很好的进行渠道引流。大概每个人都有从此书中学习的方面，多了解秋叶团队，可以更好地理解互联网思维。但是我预测，之后，出版社还要受到颠覆，因为目前书籍的价格确实虚高，大面积印刷的成本确实不高，本人预测被颠覆的可能性很大。

《互联网+秋叶课堂：我的网课创业》

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