

## 图书基本信息

书名：《互联网+》

13位ISBN编号：9787111501128

出版时间：2015-5-1

页数：456

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](http://www.tushu111.com)

# 《互联网+》

## 内容概要

马云说：“风口”之上，猪都能飞起来！

李克强：站在“互联网+”的风口上顺势而为，会使中国经济飞起来！

可为何，却总有人一个个正在被颠覆？？

互联网创业近20年、中国“互联网+产业”成功实践第一人A股互联网第一股生意宝董事长孙德良首度“出山”鼎力推荐

## 作者简介

曹磊，中国电子商务研究中心主任、研究员长期专注于“互联网+产业”、电子商务、O2O、大数据、互联网金融、电商物流等领域研究。长期受聘于清华大学特聘教授、浙江大学客座教授、上海交通大学主讲教授等多所国内一流大学。此外，曹磊还担任国务院发展研究中心《中国经济年鉴(电子商务篇)》主编、中国电子商务专家库专家、中国电子商务协会网络整合营销研究中心专家、国务院《网络商品交易及服务监督管理条例》立法组副组长、中国服装协会专家委员会委员、中国首席电子商务官联盟专家委员等。还受聘全国多省市电子商务专家顾问，以及受聘于多家海外全球知名投资、咨询机构。每年，接受包括人民日报、新华社、CCTV等在内的数百家境内外媒体采访，为国内业内知名“意见领袖”。曹磊的观点、报告、著作作为多部委决策参考，推动了电商法规完善与环境的净化，多次引起高层批示，在一定程度上推动了我国电子商务的健康、稳定发展，在国内电子商务业界享有较高声誉。

## 书籍目录

风口：“互联网+”时代来临！	
第一章 “互联网+”的前世今生	1
第一节 定义与起源	1
总理的“互联网+”从何处来？	2
第二节 内涵与外延	3
“互联网+传统行业”将助力我国经济转型腾飞	4
第三节 本质与核心	5
“互联网+”的核心：资源匹配	6
第四节 发展与演变	6
第五节 基础与条件	8
一、“互联网+”的基础设施：云+网+端	8
二、“互联网+”的新生产要素：数据	11
三、“互联网+”的分工体系：大规模社会化协同	11
第六节 作用与意义	12
一、打破信息不对称，提升资源配对与使用效率	12
二、新一轮“工业革命”的标志，推动产业转型与升级	14
三、降低创业门槛，创造更多就业机会	15
四、“互联网+”对GDP的拉动作用	16
第七节 特征与优势	16
第八节 机遇与挑战	18
第九节 评价与建议	21
第十节 趋势与未来	24
一、“互联网+”将是“新常态”下实现经济转型的新机遇	24
二、“互联网+”倒逼“+互联网”	25
三、物联网：世界信息产业发展的第三次浪潮	26
四、产业互联网化：更多企业活动将依赖互联网化	28
参考文献	30
第二章 大佬们如何“互联网+”？	31
第一节 腾讯马化腾：关于“互联网+”的七个形象比喻	31
一、比喻一：鱼和水	31
二、比喻二：电	31
三、比喻三：信息孤岛	32
四、比喻四：连接器	33
五、比喻五：零件	33
六、比喻六：生态	33
七、比喻七：浪潮	33
第二节 生意宝孙德良：坚守“互联网+产业”的实践者和拓荒人	34
一、孙德良的成就和产业互联网渊源	34
二、创建中国化工网，成就国内“互联网+细分产业”模式鼻祖	35
三、“网络寒冬”创盈利奇迹，引发第一波产业互联网热潮	36
四、借产业互联网成就“国内互联网第一股”	37
五、主动转型，重构产业互联网的价值“新坐标”	37
六、产业互联网的拓荒人和实践者	39
第三节 京东刘强东：草根逆袭——从“摆摊”中关村到缔造电商传奇	39
一、偶然事件开启逆袭之路	40
二、“倒三角”经营模型决定“基因”	40
三、希望卖家把握自己的命运	41

第四节 陈欧：80后幸运儿的“互联网+”之路	41
一、陈欧互联网创业历程	42
二、陈欧与聚美：结缘化妆品	44
三、聚美危机	44
四、陈欧的成功	45
第五节 百度李彦宏：“互联网+传统产业”化腐朽为神奇	46
第六节 阿里马云：如何用“互联网+”缔造成为中国首富？	49
第七节 万达王健林：从排斥到拥抱“互联网+”的自我革新	51
第八节 小米雷军：互联网做传统行业会有爆炸性增长！	54
一、“一夜暴富”崛起的“商业逻辑”	55
二、小米会成为下一个倒下的“凡客”吗？	56
第九节 李开复：下一个五年趋势是“万物联网”	57
第三章 互联网+制造业	62
第一节 互联网+制造业：“C2B模式”加速生产，倒逼推动在线化交易	62
一、中国传统制造业面临的瓶颈与问题	62
二、互联网时代对传统制造业的变革影响	64
三、“互联网+”背景下制造业的商业模式	66
四、C2B基本流程与特征	66
五、C2B模式核心思想	67
六、C2B模式支撑体系	67
七、“互联网+制造业”的发展趋势	68
【典型案例】淘工厂：让产能在线化	69
第二节 互联网+外贸：跨境电商崛起，传统价值链格局将被改变	71
一、外贸行业发展不景气	71
二、“互联网+”对外贸带来新气象	71
三、“互联网+外贸”正风生水起	73
四、跨境电商流程及产业链	74
五、“互联网+外贸”的主要商业模式	75
六、“互联网+外贸”的发展趋势	75
【典型案例】敦煌网：帮助中小企业“插上互联网翅膀”走向全球市场	76
第三节 互联网+专业市场：机遇与挑战并存	77
一、“互联网+专业市场”的发展现状	77
二、“互联网+专业市场”的机遇与挑战	80
三、“互联网+专业市场”的典型模式与案例	81
四、“互联网+专业市场”的发展建议	81
【典型案例】义乌小商品城：最大的小商品批发市场的“艰难转身”	81
第四节 互联网+会展：改写传统的会展模式	83
一、会展行业的发展现状	83
二、网络会展相对传统会展的优势	84
三、网络会展的发展现状	85
四、网络会展的商业模式	86
第五节 互联网+大宗商品：电子交易改变传统模式并带动其转型升级	86
一、大宗商品市场行业发展现状	87
二、大宗商品电子交易的行业规模及现状	87
三、大宗商品电子交易市场的商业模式	90
四、大宗商品电子商务的发展趋势	90
【典型案例】广西糖网：创建“电子商务+现代物流配送”食糖流通模式	91
第六节 互联网+钢铁：告别“黄金十年”后的“新战场”	94

一、中国钢铁互联网化第一个阶段：信息阶段	94
二、中国钢铁互联网化第二个阶段：在线交易时代	95
三、钢铁电商正处在“春秋战国”时期，交易模式之争成为核心战场	96
四、钢铁电商处于烧钱阶段，各平台的盈利模式有待进一步确认	97
五、钢铁电商“产能”过剩显现，平台在竞争中加速融合成必然趋势	97
六、即将到来的钢铁电商第三个阶段：四流合一	98
【典型案例】中国钢铁现货网：构建钢铁电商“生态体系”	99
第七节 互联网+家居：“智能”火爆，从概念走向现实	101
一、互联网+：家电渠道新变革的降临	103
二、苍穹之下：空气净化器智能化开启“物联网智能家居的元年”	104
三、中国智能家居典型的商业模式	106
【典型案例】京东：布局“JD+计划”连接用户，打造“智能生态圈”	107
参考文献	110
第四章 互联网+零售业	111
第一节 互联网+商超百货业：无奈之下的“O2O式突围”之路	111
一、“互联网+”强烈冲击商超百货业	111
二、“互联网+”下商超百货业如何选择？	112
三、“互联网+”下传统商超百货业何去何从？	116
【典型案例】银泰百货：传统百货转型借“互联网+”打造“0号店”	117
第二节 互联网+服装：稳健之后“再风光”	119
一、传统服装品牌唱响互联网舞台“重头戏”	119
二、“互联网+服装”现“再风光”	120
三、男装电商发展	120
四、女装电商发展	121
五、“互联网+服装”如何“修善其身”？	122
【典型案例】茵曼：专注“小而美”	123
第三节 互联网+家居建材：“移动+O2O”打造行业“闭环”	124
一、互联网形势下家居建材业特点	125
二、家居建材急需突破的瓶颈	126
三、家居行业的互联网之路	127
四、“互联网+家居建材”的“痛点”	128
五、“互联网+家居建材”如何做？	129
六、“互联网+”战略下传统家居业的迷茫与未来	130
七、互联网+装修：家居建材装修业电商突破口	131
【典型案例】南西街地板商城：用“移动+O2O”思维卖地板	132
第四节 互联网+家电：不仅是渠道，智能化、物联网是方向	133
一、“互联网+家电”企业遇“春天”	133
二、“互联网+家电”企业面临多种选择	134
三、“互联网+”新常态下家电行业该如何应对？	135
四、“互联网+”路上家电企业机遇诸多	136
【典型案例】海尔：“C2B+DIY定制+开放供应链”服务平台模式	137
第五节 互联网+母婴：借“二胎”政策盯紧妈咪宝贝口袋	138
一、“互联网+母婴”助推行业寻新出路	139
二、“互联网+母婴”线上线下渠道多样化	140
三、互联网+母婴：未来怎么走？	143
【典型案例】贝贝网：“分众模式”仅半年成就估值近10亿美元的“秘密”	144
第六节 互联网+生鲜：行业“触屏”是新蓝海还是伪命题	146
一、生鲜行业跨入“互联网+”时代经历三个阶段	147
二、披荆斩棘坎坷路	148

三、金石之策	149
【典型案例】胡须先生：用“移动互联网思维”卖鲜花	150
第七节 互联网+农产品：“农民生意”的思维救赎	151
【典型案例】顺丰优选：“C2B预售+农产品基地直供模式+快速供应链”模式	154
第八节 互联网+医药：挑战行业2.0风口	155
一、互联网+医药：“成长”的烦恼	155
二、医药B2B：政府非营利性平台为主	156
三、医药B2C：1000亿元市场空间，“平台寡头+特色细分”或是趋势	159
四、医药O2O：探索商业模式	160
五、互联网+医药：“成长”的良方	161
【典型案例】珍诚医药在线：“互联网+”医药探路者	162
第九节 互联网+酒水：行业重塑的“救命稻草”	163
一、“互联网+酒水”的“今生”	165
二、金石之策	166
三、随着“互联网+酒水”的兴起，三类模式已凸现	166
四、“互联网+酒水”的“蓝图”	167
【典型案例】中酒网：“电商+连锁配送+移动终端+电话”四位一体模式	169
第十节 互联网+眼镜：痛并快乐着	170
一、互联网给眼镜行业带来什么？	170
二、为什么我们需要O2O？	172
三、互联网+眼镜：未来是必然趋势	173
【典型案例】亿超：为“互联网+眼镜”探索出一条道路	175
第十一节 互联网+珠宝：浪潮下的危机与机遇	176
一、互联网+珠宝：行业发展空间潜力巨大	177
二、捧着“金饭碗”，缘何没饭吃？	178
三、“互联网+珠宝”的运营模式	178
【典型案例】钻库网：珠宝行业B2B现货供应链金融移动服务平台	183
第十二节 互联网+艺术品：“傲娇”与“粗暴”的握手	184
一、2013年全球艺术和中国在线艺术市场份额分布	184
二、历史的背影	185
三、“傲娇”的艺术品与“粗暴”的纯电商平台	186
四、艺术电商势不可挡，艺术与电商“求和”姿态明显	188
参考文献	189
第五章 互联网+服务业	191
第一节 互联网+餐饮：民以食为天	191
一、餐饮成“互联网+”首当其冲的尝试领域	191
二、互联网餐饮，互联网公司在餐饮行业的“行外改造”	192
三、餐饮互联网，餐饮企业正在积极寻求行业转型升级	193
四、餐饮业的“互联网+”商业模式	193
五、玩家：他们这样改造餐饮业流程	194
六、餐饮业互联网之路	194
七、“互联网+餐饮”的发展趋势	196
【典型案例】大众点评：构建“互联网+”本地生活生态圈	197
第二节 互联网+酒店差旅：颠覆与洗牌	199
一、“互联网+”时代下酒店差旅行业的发展特征	200
二、“互联网+酒店差旅”的发展瓶颈	200
三、“互联网+酒店差旅”的发展趋势	201

第三节	互联网+交通：催热“智能出行”	202
一、	一个快速被“引爆”的行业	202
二、	“互联网+交通”的发展瓶颈	202
三、	“互联网+交通”的商业模式	203
四、	“互联网+交通”的发展趋势	205
	【典型案例】滴滴打车：全国最大的打车软件平台的“产品逻辑”	206
第四节	互联网+医疗健康：撬动“万亿蓝海”	206
一、	BAT在互联网医疗领域的布局	207
二、	医疗健康“互联网+”切入的10个方向	208
三、	医疗健康“互联网+”的发展瓶颈	209
四、	“互联网+医疗健康”的发展新动向	209
	【典型案例】春雨医生：搭建移动医疗的“数据闭环”	210
第五节	互联网+婚介婚庆：用O2O模式组建家庭	211
一、	“互联网+婚介婚庆”的发展现状	211
二、	“互联网+婚介婚庆”的商业模式	212
三、	“互联网+婚介婚庆”的发展瓶颈	213
四、	“互联网+婚嫁婚庆”的发展趋势	214
	【典型案例】中国红娘：首创“互联网+婚介”模式，产业整合开启“后相亲时代”新蓝海	214
第六节	互联网+家政：“苦力活”的资本新“风口”	215
一、	“互联网+家政”的发展特征	216
二、	“互联网+家政”的发展瓶颈	217
三、	“互联网+家政”的发展模式	218
四、	“互联网+家政”的发展趋势	220
	【典型案例】阿姨帮：家政行业的“Uber”	220
第七节	互联网+物流业：跨界重生？	221
一、	电商物流与传统物流的具体差别	223
二、	电商物流的快递市场特征	224
三、	“互联网+物流”的前景	225
	【典型案例】菜鸟网络：“大数据+大物流”背后的企图	227
第八节	互联网+房地产：不革自己的命早晚会被革命	230
一、	房产电商“编年史”	231
二、	“互联网+房地产”的发展瓶颈	232
三、	“互联网+房地产”的发展模式	232
四、	“互联网+房地产”的发展趋势	232
	【典型案例】爱屋吉屋：用互联网思维“革房地产中介的命”	233
第九节	互联网+法律：是美好，抑或是灰暗？	234
一、	传统法律行业面临的问题	234
二、	“互联网+法律”的行业现状	235
三、	“互联网+法律”的发展模式	236
	【典型案例】绿狗网：在线法律文件服务平台	239
	【典型案例】律云网：中国法律服务的云服务平台	239
	【典型案例】法海网：中小企业在线法律服务解决方案提供平台	240
四、	“互联网+法律”的发展趋势	240
第十节	互联网+检测：为消费安全“保驾护航”	242
一、	检测认证行业发展的四个时期	243
二、	检测认证行业目前的整体情况	244
三、	在“互联网+”环境下检测认证行业的机会与挑战	244
四、	检测认证行业与电商的三类典型模式	245

五、检测认证行业的未来	246
六、检测认证行业未来市场的展望	247
第十一节 互联网+文化传媒：产业升级的必由之路	247
一、“互联网+”冲击下的传媒产业生存状态	248
二、互联网打通文化领域产业链：消除壁垒	250
三、“互联网+文化传媒”的未来趋势	250
四、传统传媒企业“触网”	251
五、互联网大鳄入股传媒企业	252
【典型案例】浙报传媒：探索“互联网+”时代模式，构建“互联网枢纽”型传媒集团	252
参考文献	254
第六章 互联网+金融	256
第一节 互联网+支付：传统支付产业升级	256
一、黄金时代的“互联网+支付”	256
二、电商“十一五”规划：手机支付	258
三、两大巨头支撑中国大部分市场	258
【典型案例】支付宝：从淘宝财务部下小团队到颠覆中国金融业的“蚂蚁金服集团”	259
第二节 互联网+银行：百年银行业的互联网新玩法	262
一、互联网金融带来的创新之风	262
二、百年银行业的互联网新玩法	263
三、银行传统模式转型升级，转向合作共赢	267
第三节 互联网+保险业：网络保险“生态圈”隐现	267
一、“互联网+”带来的是冲击还是补充？	268
二、传统保险业的互联网渠道搭配	268
三、国内互联网保险大事记	269
四、发展趋势	272
第四节 互联网+理财：传统理财“高富帅”受到挑战	273
一、传统银行理财存在的弊端	274
二、互联网+理财：新兴理财方式	274
三、互联网+理财：多领域理财的市场展望	276
第五节 互联网+证券：引发证券服务巨大变革	276
一、发展现状	277
二、主流模式	278
三、发展趋势	279
四、发展建议	280
第六节 互联网+担保：告别“看银行脸色吃饭”年代	281
传统担保模式存在的问题	281
第七节 互联网+小贷：P2P呈“喷井”之势	283
一、融资渠道对比	285
二、“互联网+小贷”促进直接融资	286
三、传统贷款和P2P网贷的相同点和差异	287
第八节 互联网+信托：钟情背后的无奈	288
一、信托产品缘何钟情“+互联网”？	289
二、分拆=违规？“互联网+信托”之危	290
三、创新 违规，“互联网+信托”之机	291
第九节 互联网+众筹：草根创业者的融资“乐园”	292
一、众筹模式相对于传统融资的特点	292
二、新契机：打破政策瓶颈，监管现主心骨	293

三、众筹“风生水起”	293
四、互联网+众筹：中国众筹的未来	295
【典型案例】京东众筹：“三个爸爸”引爆“苍穹之下”空气净化市场	295
第十节 互联网+货币：互联网金融终极形态就是“互联网货币”	296
一、“互联网+货币”的表现形式	297
二、疯狂的比特币	299
参考文献	300
附录 把握“互联网+”风口，你必须懂的68个名词解释	303
后记 打造中国最有影响力的“互联网+”智库	311

## 精彩短评

- 1、分行业论述，视角独特
- 2、没什么实质内容，简单罗列

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](http://www.tushu111.com)