

# 《互联网+ 2.0：供给侧改革与》

## 图书基本信息

书名：《互联网+ 2.0：供给侧改革与企业转型升级路线图（精装）》

13位ISBN编号：9787111528840

出版时间：2016-3-16

作者：杨健

页数：268

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+ 2.0：供给侧改革与》

## 内容概要

电商、O2O、P2P、互联网金融等概念先是被疯狂追捧，在泡沫越吹越大之后便是哀鸿遍野。这本书正是解答泡沫破灭之后怎么办？

自从以"互联网+"为代表的网络国家战略确立以来，无理性、一窝蜂、投机式的"互联网+ 1.0"阶段逐步过去，迎来的是真正从消费互联网过渡到产业互联网的"互联网+ 2.0"时期。对传统企业来说，在"互联网+ 2.0"阶段要么深度融入互联网，要么与互联网彻底无关。这个阶段在《中国制造2025》指导下，将延续到十三五结束。传统企业互联网化的过程，已经不仅仅是做点什么，或者改变点什么就可以。在真正的互联网经济学诞生之前，我们国家正在实施的供给侧改革是支撑转型的契合点。这意味着只有"互联网+2.0"才能产出靠谱的商业现象。

本书作者拥有深厚的运营经验和极广的知识结构，熟悉所有互联网玩法和深潜规则，更有各种行业的咨询服务阅历。因而能够梳理出一个高度浓缩的互联网商业方法论，由此延伸而来的企业互联网+转型框架是本书的核心。这套转型框架正是实现企业端供给侧改革的实务指导。

# 《互联网+ 2.0：供给侧改革与》

## 作者简介

杨健  
商业运营顾问，企业互联网转型专家。  
富视眼科（新三板）监事。浙江国际贸易集团外聘专家库特聘专家。北京人民广播互联网经济类节目特约导师。  
已出版著作《自商业：未来网络经济新形态》。专注于企业转型战略咨询和互联网新商业落地。  
相关研究方向包括互联网经济学、企业代际传承。

## 书籍目录

- 前言
- 方向篇 企业"互联网+"战略
- 第1章 "互联网+"是什么003
  - 第1节 "互联网+"的准确含义003
  - 第2节 "互联网+"的本质与互联网时代006
  - 第3节 互联网时代的5大特征009
  - 第4节 "互联网+"的6把虚火015
- 第2章 企业互联网转型021
  - 第1节 企业互联网转型是什么021
  - 第2节 企业转型的5个方面023
  - 第3节 可预期的转型红利026
  - 第4节 产业互联网：不同行业"互联网+"  
转型之路028
  - 第5节 哪些传统行业需要率先转型031
- 第3章 企业互联网转型是一场超限战034
  - 第1节 转型必然打破传统商业界限034
  - 第2节 从小微公司到千亿寡头，不同体量企业的转型策略、方法036
  - 第3节 一个模型就够了："产品服务用户"038
  - 第4节 面对转型曲线，企业需要做什么准备041
  - 第5节 电子商务如何打赢超限战043
  - 第6节 O2O是个伪命题，转型不能治标不治本044
- 策略篇 转型的理论体系
- 第4章 模式转型，从接单卖货转向ARPU051
  - 第1节 一切互联，颠覆信息不对称051
  - 第2节 案例：潘石屹的SOHO 3Q办公短租模式055
  - 第3节 软硬通吃：透视苹果、亚马逊、乐视、小米的发展路径060
  - 第4节 案例：TCL的互联网转型066
  - 第5节 "互联网+"价值模型图解：转型后的价值流与付费流068
- 第5章 用户转型，越来越侧重个性化体验070
  - 第1节 回到用户原点070
  - 第2节 认识真正的体验经济074
  - 第3节 个性化不是任性，而是贴身定做077
  - 第4节 案例：李宁品牌转型升级的曲折078
- 第6章 产品转型，产品永远是核心价值082
  - 第1节 产品转型与工业互联网的必然联系082
  - 第2节 案例：青岛红领的C2M尝试085
  - 第3节 流程再造：工序拆分与数据模型091
  - 第4节 红领模式的问题、不足和挑战097
- 第7章 服务转型，用虚网黏住用户099
  - 第1节 从流量思维到深耕运营099
  - 第2节 服务转型的目标是平台化、生态化102
  - 第3节 案例：万科转型为"城市配套服务商"106
  - 第4节 万科良渚文化村模式的解构110
- 执行篇 转型实操
- 第8章 转型从产品开始129
  - 第1节 后产品多元化时代：单品突破129
  - 第2节 案例：湘鄂情与甘其食134

第3节	用产品建虚网：互联网产品必备特性	138
第4节	三元素模型的执行：快速迭代	139
第5节	案例：华为手机产品的逆袭	143
第9章	服务不只是营销	149
第1节	服务的核心要懂爱	149
第2节	创新的方法大胆跨界	152
第3节	跨界的方式	153
第4节	案例："风马牛不相及"的APP包流量	156
第5节	基于数据的产品、运营和决策，反向定义运营	159
第6节	伪互联网转型：营销鸡肋何去何从	162
第10章	积累用户数据	166
第1节	O2O必胜、必败法则：用户交互与用户数据	166
第2节	要么被买手制取代，要么建高度数据化的智能总部	170
第3节	搭建企业自己的数据云平台	173
第4节	案例：服装品牌ZARA的大数据应用	175
第5节	从统计到大数据，解决3个问题	178
保障篇	组织转型、财务保障、软实力	
第11章	互联网化的组织与人	185
第1节	传统管理问题的空前挑战	185
第2节	失控是方法不是目的，目的不变方法可变	189
第3节	案例：组织转型，海尔和万科在做什么	192
第4节	新的人员绩效与审计：转型成功的卡尺是财务核算	200
第12章	转型企业家与转型软实力	202
第1节	领导人的工作职责：从领头羊到牧羊犬	202
第2节	领导人的工作方式：从听汇报到习惯看数据	204
第3节	增量转型、全量转型、存量转型	205
第4节	选择转型负责人	208
第5节	转型不成功的唯一原因：不做减法	210
第6节	忽略伪概念，关注真正价值	212
第7节	可预料的阻力：大家都不舒服了	216
第8节	转型企业家精神：从容与淡定，企业家不应慈化	217
第9节	一开始就要赢	219
	后记	221

## 《互联网+ 2.0：供给侧改革与》

### 精彩短评

- 1、大格局，讲出了互联网商业的本质。提出了很有参考性的方法论，并解构了很多商业案例。作为一个刚入行的产品经理，是一本值得研读的著作，有助于对互联网有一个更加理性的判断和对互联网商业有很好的行业入门理解。
- 2、既照顾到了普通读者认知方面的不深刻，也兼顾精英读者所需要的深度内容，文字较为耐读
- 3、这可能是我见到过关于供给侧改革最具实操的图书了。

## 《互联网+ 2.0：供给侧改革与》

### 精彩书评

- 1、推荐盟友杨健老师新书。这本和满大街号称互联网+的书真的不一样。还记得一年半前刚创业时候杨健老师出了自商业。时间好快，又是一本精华。感觉著作等身就在不远处。精装，厚实，拿在手里就感觉到作者和出版社的靠谱！互联网+1.0是泡沫阶段，互联网+2.0才是狠练内功阶段
- 2、杨健老师我很早便认识，当时出版第一本书《自商业》之前我们还聊过不少。杨老师的风格，既照顾到了普通读者认知方面的不深刻，也兼顾精英读者所需要的深度内容，文字较为耐读。
- 3、除了内容好，这本书装帧的也很好，适合当做商业圣经一样的阅读和收藏。不知道大家的习惯是怎样，我是喜欢有作者签名的。京东买的，是签名版。京东签名本精装版，适合收藏

## 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)