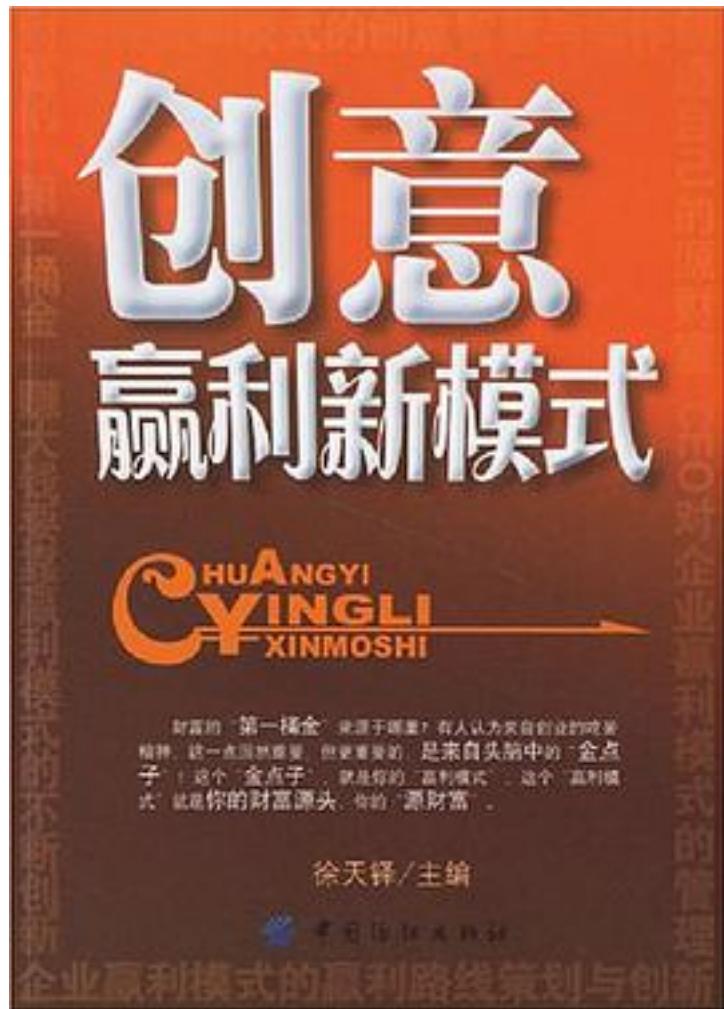


创意赢利新模式



[创意赢利新模式 下载链接1](#)

著者:徐天铎

出版者:中国纺织

出版时间:2007-1

装帧:

isbn:9787506441582

本书作者以多年做经济观察员的经验为基础, 从独特的视角出发, 通过当今国内外近百

个企业成功或失败案例的分析，分别介绍了赢利模式基础知识、经典赢利模式的智慧与操作、企业赢利模式的赢利路线、未来赢利模式的趋势与展望、CEO对企业赢利模式的管理以及企业赢利模式的策划与创新，是创业者和企业管理人员必备的参考书籍。

作者介绍：

徐天铎，研究员、编审、资深咨询师。

北京视野咨询中心信息部主任、《总裁参阅》执行主编。

经济管理学者、高级顾问师、实战型企业管理专家。

曾任职中央政府有关部门，熟悉经济领域及改革前沿理论和情况。1990年代起前后担任国有事业单位、中外合资企业、民营企业的领导职务或职业经理人，积累了丰富实践经验。学术重点研究方向：企业发展战略、企业经营管理、区域经济。编者有《企业至尊制度管理》、《创富思维》等，主持编审的重要书目有《管理厚黑学》、《现代行销学与实战技巧》、《中国顶级商业经典管理模式与营销模式》等。

目录: 开篇 发掘新的赢利模式第一章 赢利模式ABC 一、企业的利润创造与赢利模式
(一)赢利——企业的第一要务与追求 (二)丰厚的利润是对赢利模式不断复制的结果
(三)赚大钱要靠赢利模式的不断创新 二、赢利模式的内涵 (一)赢利模式 (二)商业模式
(三)营销模式 (四)赢利模式、商业模式、营销模式的相互关系与区别
三、赢利模式的舞台 (一)产业领域 (二)市场领域 (三)营销领域 (四)渠道领域
(五)服务领域 (六)资本运作领域第二章 经典赢利模式的智慧与操作
一、国外经典赢利模式 (一)戴尔模式：低成本+高效率+好服务
(二)沃尔玛模式：平价+天天 (三)宜家模式：控制品牌+控制成本
(四)嘉年华模式：资源整合+毛绒玩具+不断迁徙 (五)耐克模式：球星+营销
(六)康明斯模式：发动机+坚持到永远 (七)派克模式：高价+高贵
(八)瑞士名表模式：经典设计+四级营销+品牌推广
(九)韩剧《大长今》模式：风情差异+实用体验
(十)索罗斯模式：行业研究+政策研究+寻找机会 二、中国经典赢利模式
(一)格兰仕模式：专业化+国际化+多元化 (二)恒源祥模式：总部品牌+加盟工厂
(三)阿里巴巴模式：商务信息+桥 (四)百度模式：搜索服务+企业竞价排名
(五)农夫山泉模式：品质概念+时尚情趣 (六)姚明模式：姚明+姚之队
(七)“超级女声”模式：梦想+快乐选举+商家联姻
(八)“名人图书”模式：低书价+大销量+资金快速回笼
(九)周大福模式：一口价的品质+生活必需品 (十)大芬村模式：艺术+生产集群化
(十一)“他她水”模式：营养+浪漫+壁垒 (十二)国美苏宁模式：吃差价+吃供应商第三章
企业赢利模式的赢利路线 一、赢利路线概述 二、赢利路线解析 (一)定位占先路线
(二)品牌聚能路线 (三)资源垄断路线 (四)产品功能路线 (五)生产服务路线
(六)营销变奏路线 (七)资本运作路线 (八)资源整合路线 三、赢利模式的实现方式第四章
未来赢利模式的趋势与展望 一、新热点、新模式源于“双螺旋”
二、三个“小伙伴”合扛一面“军令旗” 三、未来工商关系变化的三个趋势
四、营销理念的N种颠覆 五、21世纪经营“服务” 六、网络是早上八九点钟的太阳
(一)网络的赢利模式 (二)网络经济和电子商务发展的四大趋势
(三)博客正成为“注意力经济”
(四)免费价格是网络赢利模式的序曲第五章 CEO对企业赢利模式的管理
一、麦当劳的V形曲线与格林伯格的责任 二、CEO为什么要管赢利模式
三、顶尖企业CEO对赢利模式的管理和执行 四、体现在营销管理上的CEO赢利思维
五、CEO赢利模式管理工具第六章 企业赢利模式的策划与创新
一、人们的生活方式决定企业赢利模式的命运 二、商机蕴藏在不确定性中
三、重新界定企业的产品 四、寻找空白不如寻找差异

五、让新面孔一下抓住消费者的心 六、定价是一种重要的战略手段
七、必须善待农村市场 八、用“搭积木”方式组合赢利模式
九、做赢利模式策划要避免七个不幸结束语
把创新企业赢利模式当成习惯参考文献后记
· · · · · (收起)

[创意赢利新模式](#) [下载链接1](#)

标签

赢利模式

企业管理

评论

[创意赢利新模式](#) [下载链接1](#)

书评

[创意赢利新模式](#) [下载链接1](#)