

平台战略



[平台战略_下载链接1](#)

著者:陈威如

出版者:中信出版社

出版时间:2013-1

装帧:

isbn:9787508637563

《平台战略:正在席卷全球商业模式革命》内容简介：平台商业模式的精髓，在于打造一个完善的、成长潜能强大的“生态圈”。它拥有独树一帜的精密规范和机制系统，

能有效激励多方群体之间互动，达成平台企业的愿景。纵观全球许多重新定义产业架构的企业，我们往往就会发现它们成功的关键——建立起良好的“平台生态圈”，连接两个以上群体，弯曲、打碎了既有的产业链。

平台生态圈里的一方群体，一旦因为需求增加而壮大，另一方群体的需求也会随之增长。如此一来，一个良性循环机制便建立了，通过此平台交流的各方也会促进对方无限增长。而通过平台模式达到战略目的，包括规模的壮大和生态圈的完善，乃至对抗竞争者，甚至是拆解产业现状、重塑市场格局。

《平台战略:正在席卷全球的商业模式革命》系统性地探讨了“平台”这个改变人类商业行为与生活方式的概念，并且创新性地研发出了系统框架，解释平台战略的建构、成长、进化、竞争、覆盖等战略环节。《平台战略:正在席卷全球的商业模式革命》立足于本土，以中国本土的互联网企业作为案例研究分析的对象，对腾讯、阿里、起点中文网、世纪佳缘、拉卡拉、维络城、大众点评等企业从平台战略的角度进行了解析和点评，对于企业管理者和创业者都极具启发意义。

作者介绍:

陈威如

美国普渡大学战略管理学博士，中欧国际工商学院战略学副教授，讲授包括平台战略及打造创新型企 业等前沿课程。加入中欧国际工商学院之前，在全球排名前5的INSEAD（欧洲工商管理学院）任教多年，并获得杰出教学院长奖及MBA课程杰出教授奖；教学与研究方向主要集中于行业与竞争分析、平台商业模式创新和低端市场创新战略；研究成果发表在国际著名的权威学术期刊上，并得到多个学术年会最佳论文奖。

余卓轩

身兼创作者与创业者两职，现任Prophesee世界观概念公司故事总监，WhiteChaos创意工坊负责人；主要从事创意概念与平台战略研究。中欧国际工商学院管理学硕士，加拿大英属哥伦比亚大学社会学学士。涉及领域广泛，曾任企业责任全球论坛主席，联合国会议正式观察员，以及2041南极远征队员。

目录: 序言

第一章 平台商业模式带来的变革与机会

产业价值链的重组——从单边到多边

关系网的增值性

发掘新的商业机会

第二章 平台生态圈的机制设计

定位多边市场

激发网络效应

筑起用户过滤机制

设定“付费方”与“被补贴方”

赋予用户归属感

开放式策略和管制式策略

决定关键赢利模式

第三章 平台生态圈的成长

突破引爆点

促进用户规模的持续扩大

追求质的提升

细分市场精耕细作

累积双边话语权刺激成长

实施定价策略
拟定用户转化策略——引导用户四步骤
拟定用户绑定策略——提高转换成本
第四章 平台生态圈的创新思路
以“时间”为平台内核模式
以“地理”为平台内核模式
布建实体基础设施
第五章 平台生态圈的竞争
“赢家通吃”
多地栖息决定跨边定价战略
核心定位问题
生态圈的延展性
第六章 平台生态圈的覆盖战争
新时代的战争——利润池之战
覆盖威胁来自何方？
回应覆盖的对策
本世纪的平台覆盖大战——阅读体验的生态圈之战
结语打造一个多方共赢的生态圈
参考文献
• • • • • ([收起](#))

[平台战略_下载链接1_](#)

标签

商业

互联网

平台战略

管理

战略

思维

商业模式

经济

评论

恒阅#

今年对我工作帮助最大的两本书之一。关键词：生态圈、网络效应、利润池、赢家通吃

还没看的时候我就大致知道这本书要讲什么，这也是我一向不太信任国内作者经管书的来源。所谓“平台战略”，也就是“网络效应”，还真是几年前还默默无闻，现在人人嚷嚷要做平台的火辣辣新鲜话题。问题是，平台不是你想做就能做的，护城河不是你说要有就平地而起的，这本书的最大问题在于后视镜效应，实际上有几个例子根本无法说具备网络效应，只能说有这个“形”而已。
当然，对平台和网络效应毫无概念的，可以参考阅读。

起点中文网、世纪佳缘、安卓、groupon、拉卡拉的案例都好有意思的。咳咳，INSEAD的人写的书的风格和HBS人写的就是很不一样嘛

平台不是创造垄断，而是打破垄断。平台企业的终极目标，在于打造出拥有成长活力和赢利潜能的生态圈。因此，应将平台战略发挥到极致，打造一个多方共赢的生态环境，并在平衡中成长。

提出关于平台的独立思考，有些概念和角度不错。

有些书在被写出来出版的时候，就已过期～并非书不好，而是这个行业变化的太快，昨天的胜利者很快被打倒，或者胜利者并不拘泥于一种平台战略。于是商业模式成了纸上故事。

其实，我的故事就是一个平台战略的故事。。。。。

只能说just so so

4.0星。书价58，但是物超所值，这是中欧商学院教授写的，可以作为一门MBA课程的替代品，只是少了seminar的部分。适合公司战略规划人员、创业者、财经媒体从业者、互联网人士和投资者阅读。普通读者看看也可以，确保自己在欣欣向荣的团体内而不是要沉的船上。

简单而言，就是传统商业和互联网的区别。至于，平台是现在商家都争着做的产品。人多做，无所谓，不要出现10年前的彩电热潮就成。七伤拳还没打出去就把自己打伤了。

模型不错，例子稍有些时过境迁

平台战略是网络效应，借助用户之间的关系链引爆网络。如微信微博。

2013/7/1-7/9阅读，专业性较强，感觉是对《商业模式新生代》中提到的平台商业模式的扩充和分析，对于想要进行互联网企业投资和想要了解腾讯、新浪、京东、百度、苹果等商业模式的人值得阅读。

感谢卢俊的书；

近些年来我身边号称要做平台的人太多了，我不怀疑平台是个好模式，但好模式并不仅仅是口号……

公司书架上的，案例还OK~

一本早已过时的肤浅案例集 毫无洞见还卖的这么贵！！

新乌托邦

作者很牛逼，讲清楚了平台的收费模式应该怎么设置，根据行业内典型情况来看，还真是这么回事。

分析了国内大型互联网平台的运营

[平台战略 下载链接1](#)

书评

在商业畅销书里面，有一类是特别容易得到好评的。那就是用讲故事的方式告诉你很多商业案例，然后提炼出一个概念，并试图用这个概念解释他看到的现象。这样的书，我印象中就有《长尾现象》、《免费》、《紫牛》、《引爆点》等等。但是遗憾的是，擅长这样写作的人一般都是老...

中信出版社于中国商业思想普及推动颇多，其中尤以引进外国作品为特色。这本本土作家作品，虽为本土名份，再深入其中，会发现作为商学院教授的作者陈威如，实际具有良好的国际视野。特别是本书结合中国特色环境，殊为不易。有幸阅读本书初稿，读来有趣轻松，获益良多，于平...

比较系统的阐述了how to do，在框架层面具体到业务领域，需求还是第一位的，在抓住用户强需求的前提下如何让你的平台快速成长，哪些该做，哪些不该做，你的平台最后能否做到赢者通吃，这些都能在书里找到答案。一本书不可能解决所有的问题，但是这本书，从平台维度对于做平...

在这个风云变幻的大时代，贸易已经不是粗浅的一买一卖，商业也不再是简单的上游下游。今天的买方，明天可能会摇身一变成为卖方，今天的上游，明天可能会吞并整个

食物链，成为行业霸主。尤其在信息科技的冲击下，今天在行业内呼风唤雨的龙头公司，明天就可能被一个毫不相关的...

这是一本比较详细介绍互联网平台商业模式的书。我们生活正在发生变革，这一切都要归功于那些富有创见的科技人士，还有以自利为准则的商业人士。如果不是市场的竞争，我们不会享受到优质的商品和服务。恰恰是这种竞争和共同进化的市场生态圈，使得我们休戚与共，共同繁荣。 平...

身为一个互联网从业者，虽然我在互联网公司3年，后来又做过一段时间的互联网投资，但是，互联网大潮，实在令人敬畏，我并不敢说，我了解互联网。这本《平台战略》，我起初只是随意一翻，然后，就放不下了，我特意在修订《微信控，控微信》之前阅读它，读完再修订，因为我相信...

最近因为旺季的准备工作太多，缺乏一些比较系统的东西，所以重新翻起许多商科书籍，包括经典的教材《认识商业》这类的，但终究觉得缺乏了当今商业的案例，有点跟不上时代节奏，而这本书恰恰做了极好的补充。在作者宏远的视角上，我个人觉得这是一本平台游戏规则制定要领：大规...

如果说学问有所谓"道"与"术"的分别,这本<平台战略>传授的即是平台运营的"道",想了解"术"的同学,就别浪费时间了. 尽管之前的章节中不乏例证,其中穿插各种360与腾讯,世纪佳缘与珍爱,拉卡拉与银联,盛大的汉王, Amazon与Apple论据. 但还是很难支撑起这些平台企业或产品的兴...

挺好的一本书，胜在比较全面的总结和细致的分析。案例时效性要加强。 p46 补贴模式的5项原则，比较详细有用。 p57 积累很重要，增加客户粘性。 p66 iphone app store成功的开发了20%的高端客户 p71 平台企业在连接两边以上的群体后，必须决定核心的补贴策略。然后，通过一连串...

以前总看实操、执行类书籍，战略模式类偏少，这次经老哥推荐，感觉很不错。案例丰富，实例多还算与时俱进，部分企业模式缺陷已经凸显，正如书中所说战略设计应注意自己利润池是否单一，存在风险。随着微信会员卡普及，团购的火爆，移动互联网的发展，维洛城的模式弊端越发...

在商业畅销书里面，有一类是特别容易得到好评的。那就是用讲故事的方式告诉你很多商业案例，然后提炼出一个概念，并试图用这个概念解释他看到的现象。这样的书，我印象中就有《长尾现象》、《免费》、《紫牛》、《引爆点》等等。但是遗憾的是，擅长这样写作的人一般都是老...

几周前，微软宣布收购诺基亚手机业务部门，一个手机巨人的时代就此终结。一个146年历史的诺基亚，结果就在4年间陨落，而导致这个悲剧的仅为一个之前从来不做手机的跨界竞争对手：苹果。Apple两大破坏式创新产品：iphone和ipad，让原有信息产业链被颠覆，有些巨头已被彻底颠覆， ...

平台目前够火，既有利益先得者，也有市场抢夺者，好不热闹。一碗粥，大家都争着来喝，好事是，粥煮的越来越营养，坏事也有，怕洒了，一了百了。说平台，少不了说现在的淘宝，一家独大，螃蟹吃的嘴痛。各路诸侯，是看的眼红。我家小区的电梯都有苏宁易购的广告“815，为你而战...

由于要帮别人改文章，他很是热情地在文中好几处都引用了这本书，索性搜来翻翻，看作者又是INSEAD的人，于是读完了全书。没想到豆瓣上评论几乎都是一边倒的好评，我还是说一些自己的感受吧，毕竟也是研究相关领域的。光是各路名人的推荐就占去快十分之一的篇幅吧，我很无语。 ...

作者基本上没有真实的体验，靠着二手的资料和肤浅的观察，臆测一些东西，开篇的故事就写得非常不靠谱，人的阶层变化起伏非常大，且有贴牌广告之嫌。后面的很多案例都无法深入，MSN等案例找错了原因，牵强。作者毕竟在象牙塔中，对很多真实的情况不了解

- 1.Amazon的kindle是硬件来补贴电子书?作者还好意思说自己是研究平台的人!
- 2.整本书就案例可以看看，有几个案例明显就是百度的水平，没有自己的思考
- 3.总结一句话，这本书的编者应该是XX，而不是作者!

《平台战略》是老钱推荐给我看的书，老钱其实不老，而且还很新潮，经常会跟我聊一些新科技新事物。在三四个月之前，他把这本书推荐了给我，说挺有意思，在最近一个月我是陆陆续续地看完了，鄙视一下自己的效率。这本书描述了互联网时代商业模式和商业竞争。“平台” “联盟” ...

平台化的先决条件是能够获取大量用户，在一定时间内通过平台的服务转化成某种营收方式（不一定直接从用户那里收取费用），这要求企业有非常低的边际成本，在用户数量激增的情况下依然能够提供服务。这种模式在传统行业几乎无法实现，只有依托软件或互联网才有效。所以虽然是讲...

我是一个怀旧的人，所以我对互联网的商业故事，几乎不感兴趣，也少有研究。但我身边曾经有两位同事，都在互联网领域创业，并且成功了。其中一位把他创建的公司卖给聚美优品，做起了副总裁，另一位做电商代运营，第二股东，公司规模在行业前三，去年拿到了近千万美元的融资。 ...

这本书里面逻辑混乱，从头到尾就没说清楚，平台是什么。如果让我总结一下的话，就是成功的大企业都是平台——把我的大肚子都笑瘦了。它忽而说平台的特征是消费者越多，收益越大；忽而说平台的特征是中间人；忽而强调跳跃式增长。反正作者自己的定义，跟他自己举的案例企业，很...

[平台战略_下载链接1](#)