

# 移动互联网时代的商机



[移动互联网时代的商机\\_下载链接1](#)

著者:[日] 辻村 清行

出版者:中信出版股份有限公司

出版时间:

装帧:平装

isbn:9787508639598

作者介绍:

辻村清行，日本DoCoMo工程股份有限公司董事长。1975年，东京工业大学研究生院硕士毕业（电子物理工学专业）；1987年，美国马萨诸塞州工科大学经营学研究生院硕士毕业；2007年，获得东京工业大学学术博士学位（社会工学方向）。1973年加入日本电信电话公社，1992年调至NTT移动通信网络股份公司（今NTT DoCoMo通讯技术股份有限公司），是该公司的创始人之一。2001年，任NTT DoCoMo通讯技术股份有限公司国际商务部部长；2004年，任该公司常务董事、经营策划部部长；2005年，任常务执行董事、项目和服务本部部长；2008年，任该公司副董事长。2012年6月调至DoCoMo工程股份有限公司，任董事长。

目录: 前言

手机时代的商业模式|IX

第1章 手机时代来了，你会营销吗| 1

新型生活方式| 5

麦当劳的手机优惠券| 7

购物新方式| 9

手机时代的销售、广告和营销策略| 11

智能手机引发的“商业模式革命”| 17

现在，要以消费者为中心| 20

商机来了：利用好手机的五大特性| 22

手机时代的五大商机| 26

第2章 新商机一：个性可视化| 37

从大众化到个性化| 41

用好信用卡、积分卡| 44

如何更好地把握顾客的个性化需求| 45

电子优惠券实现“个性可视化”| 46

手机电子优惠券引发的营销革命| 50

实现营销的低成本化| 53

手机的力量：麦当劳如何做| 54

通过DNA 分析准确把握顾客的消费特性| 56

商业活动的本源| 58

第3章 新商机二：个性需求的显现化| 65

网络调查到底有何用| 71

“菜谱网”形成的超级社区| 72

菜谱网秘诀：顾客个性的显现化| 74

直接获取消费现场反应| 77

菜谱网的创新手法| 78

手机带来的商业机会| 79

“顾客个性的可视化”可用于各行各业| 81

第4章 新商机三：商品、服务的微型化| 89

服务业实行微型化| 92

从捆绑销售到拆分销售| 95

保险业的微型化商品| 98

手机时代的微型化| 101

图书、报纸、教育等行业的发展机遇| 103

交流的微型化产物—推特| 105

第5章 新商机四：商品、服务提供的适时化| 113

在特定的时间和地点吸引特定的需求| 117

吸引消费需求的其他因素| 118

商品、服务提供的适时化| 119

信息提供的最佳时机| 123

手机将信息精准化，促进销售| 125

第6章 新商机五：商品、服务提供渠道的轻便化| 139

售票机随意刷| 142

移动随意刷：手机的便捷性| 144  
航空、金融等众多领域的轻便化| 146  
超出预想的巨大收益| 150  
手机进一步推进轻便化| 151  
第7章 移动新世界| 163  
解决众多社会问题| 168  
移动的力量才刚刚开始展现| 170  
结语| 173  
• • • • • ([收起](#))

[移动互联时代的商机\\_下载链接1\\_](#)

## 标签

互联网

移动经济

移动互联网

商业

新经济

创业

程序员的思维修炼

产品

## 评论

现在看这本书可能有些稍微过时，但是就现实来看，也是很好的检验作者当初预判是否正确的时候，在一定程度上，它也仍然具有一定的借鉴性和参考性。很高兴的是，通过和周遭生活的对比，我发现，书中所说的东西已经变成了一部分现实或正在变成，说明了作者的眼光和前瞻性。如果例子能更深刻一点，分析能更独到清晰一点就更好了，总

而言之，还算值得一读

---

虽然有些案例已过时，但关于手机的特性和移动互联网的商机总结的都挺好，很受启发。PS：第3章关于菜谱网的部分很值得下厨房参考。 @uitony

---

2013年出版的书，不少预计已成过去，移动互联网时代就是——快速变化！

---

9.15  
分析当前日本一些企业在移动互联时代所实施的商务战略。并结合战略描述了互联时代的新特性！更多的是普知和对已有情况的分析。9.15

---

日本在移动互联方面的成功经验值得借鉴。

---

浅层的数据和案例分析，让读者对“手机时代让商品和服务更加个性化、微型化和适时化”有了强烈的感知。

---

一般

---

[移动互联网时代的商机\\_下载链接1](#)

## 书评

这本书主要围绕“手机”进行展开，对在日本利用手机开创的新的比较成功的商业模式进行了分析和总结。对于手机作者总结其五大特性：1.本人性；2.经常性；3.定位性；4.网络性；5.向现实的扩展性。并根据这五大特性提出了手机时代的五大商机：  
1.个性可视化；2.个性需求的...

-----  
[移动互联时代的商机\\_下载链接1](#)