

# 移动互联网商规28条



[移动互联网商规28条\\_下载链接1](#)

著者:王吉斌

出版者:机械工业出版社

出版时间:2014-6

装帧:平装

isbn:9787111467991

每一次信息技术革命都会颠覆很多行业现有的商业模式和市场规则，当前这场移动互联

网变革的波及面之广和蔓延速度之快，完全超出我们的想象。行业的边界被打破并互相融合，在此之前，我们只面临来自同行业的竞争，但是今天，我们不知道竞争对手会来自哪里。也许今天我们还是行业的巨人，但是明天就会被踩在脚下，当我们的体温犹热时，新的巨人已经崛起。诺基亚等传统科技巨头的衰退告诉我们，企业在一个时代的优势，到了另外一个新时代，可能会变成严重影响企业发展的掣肘，我们不是输给了竞争对手，而是败在了自己不能适应新时代的旧思维上。

移动互联网时代，一切都变化得太快，无论是传统企业，还是互联网企业，都有一种巨大的危机感，都面临着转型和升级的问题。我们可以预见移动互联网带来的颠覆性影响，但是却看不透，束手无策。事实上，在采取任何行动之前，我们首先要做的是重构企业现有的思维，因为现有的商业模式和市场规则已经失效或正在发生改变，然后是认清和掌握这个新时代的商业规则。只有这样，才能顺应时代的变化，在新的商业环境中破浪前行！

作者介绍:

王吉斌

双博士，互联网和移动互联网领域资深的观察家和实践者，对App生态、电商、O2O、传统企业的互联网化转型、移动互联网时代的企业运营变革和创新等都有深入的认识和研究，实践经验丰富。对互联网思维也有深刻的理解，总结出了移动互联网时代的28条商规，擅长用互联网的思维去解决传统企业的问题。商业经济类图书作者，超级畅销书《App营销解密：移动互联网时代的营销革命》、《O2O应该这样做：向成功企业学O2O战略布局、实施与运营》、《自我颠覆：移动互联网时代的企业运营进化与互联网化转型》主要作者之一。微益中国、微物中国公益项目联合创始人。

彭盾

博士，互联网领域的实践派，对App营销、O2O、电商、传统企业的互联网化转型都有比较深入的研究，为多家企业提供App品牌推广和企业O2O转型咨询服务，实践经验丰富。在《营销界》、《商业数字时代》等杂志上发表多篇文章，并担任《商业数字时代》专栏作者。微益中国的框架设计师和联合创始人。商业经济类图书作者，超级畅销书《App营销解密：移动互联网时代的营销革命》、《O2O应该这样做：向成功企业学O2O战略布局、实施与运营》、《自我颠覆：移动互联网时代的企业运营进化与互联网化转型》主要作者之一。

程成

英、俄经济学海归，互联网领域实践派，北京高端启晟咨询有限公司创始人，“中国首届O2O产业峰会”执行主席，“中国首届App营销峰会”的主要组织者之一。擅长品牌策划、营销、传统行业与移动互联网的创新性融合，对O2O有深入的理解和认识。曾邀请美国硅谷创业之父史蒂夫·布兰克来华巡讲，并代理其创新创业课程，为各地创业孵化器中的创业团队提供咨询服务。商业经济类图书作者，超级畅销书《App营销解密：移动互联网时代的营销革命》、《O2O应该这样做：向成功企业学O2O战略布局、实施与运营》、《自我颠覆：移动互联网时代的企业运营进化与互联网化转型》主要作者之一。

目录: 序

移动互联网巨大的颠覆性和爆发式力量改变中国商业未来 // 1

第一法则：创造全新需求 // 10

商规01 找到用户痛点 // 13

死磕用户的痛点 // 14

明确雇佣的任务 // 16  
不同需求，不同对待 // 18  
找到潜伏的需求 // 19  
告别专家和技术导向 // 21  
商规02 向产品注入情感，让产品更有粘性 // 22  
如何使用户尖叫 // 24  
如何产生需求情感 // 25  
设计也能改变需求 // 26  
商规03 重新认识互联网原住民与细分群族 // 30  
原住民和移民区别 // 31  
跨越群体的鸿沟 // 35  
族群细分的剧变 // 37  
商规04 快速试错，与消费者一起寻找最终需求 // 40  
走出办公室 // 40  
仔细观察用户 // 43  
代入成为用户 // 44  
第二法则：重定产品开发 // 47  
商规05 把产品做到极致，避免陷入价格竞争的泥潭 // 49  
聚焦所有的资源 // 49  
突出极致的特点 // 50  
简化用户的选择 // 53  
商规06 简化你的产品信息，聚焦、聚焦、再聚焦 // 54  
试图满足所有人，等于得罪所有人 // 55  
你当不了沃尔玛，就不要试图照抄乱搬 // 57  
抗拒所有的复杂，一次只接住一个 // 58  
删减复杂的信息，否则它们就是你的噩梦 // 60  
商规07 抓住核心，回归商业本源 // 63  
时尚会凋落，唯有核心才会持久 // 63  
炒作会熄灭，唯有本源才生生不息 // 65  
口碑易传播，好产品才是驱动器 // 66  
工具是战术，互联网化是战略层面 // 67  
商规08 持续让用户尖叫，不要让用户用脚投票 // 68  
学会舍弃，删除周边 // 68  
持续惊喜，持续尖叫 // 70  
第三法则：重建商业文明 // 73  
商规09 开放：赋权比丰裕更重要，个性比规模更重要，  
数据比资源更重要 // 75  
赋权比丰裕更重要 // 76  
个性比规模更重要 // 77  
数据比资源更重要 // 79  
商规10 正直：友善大于聪明，信任大于资产，责任大于市场 // 81  
友善比聪明更重要 // 82  
责任比市场更重要 // 84  
信任比资产更重要 // 85  
商规11 协作：参与好于边界，群体优于个体 // 86  
参与比边界更重要 // 87  
群体比个体更重要 // 88  
商规12 模式：免费超过收费，关系好于广告，创客优于工业 // 90  
免费比收费更重要 // 91  
关系比广告更重要 // 93  
创客比工业更重要 // 95  
第四法则：构筑社群王朝 // 98  
商规13 品牌不再只属于你，与用户共同创造价值 // 101  
商规14 为品牌构建社群关系，形成品牌粉丝的新部落 // 108

商规15 寻找驱动用户参与的根本力量 //	110
学会倾听，内部外部的倾听 //	111
学会聚合，线上线下的聚合 //	112
学会合作，自下而上的合作 //	113
商规16 拥有粉丝军团 //	114
寻找铁杆粉丝 //	114
爱上“粉”你的人们 //	116
找到“领袖”人物 //	118
拥有“天使用户” //	119
扩展粉丝群体 //	121
第五法则：决战体验经济 //	123
商规17 情感联系比直接接触更重要 //	126
商规18 全程体验比单个节点更重要 //	129
商规19 用户价值比商业价值更重要 //	132
商规20 长远体验比短期任务更重要 //	135
商规21 持续改进比单次互动更重要 //	137
第六法则：引导社会营销 //	141
商规22 现在就启动你的社会化战略 //	142
商规23 构建立体社交矩阵 //	145
无须倚天剑、屠龙刀 //	146
选择合适的社会化媒体和工具 //	148
扎实地与用户成为朋友 //	149
请不要把社会化媒体变成传单 //	150
建设一个丰满的微博/微信矩阵 //	151
商规24 随时与你的用户保持互动 //	151
商规25 随时随地保持与用户相连 //	156
商规26 有粘性的内容才能引爆 //	163
情感的共鸣，传奇的故事 //	163
真实与可信，具体且生动 //	165
商规27 传统营销已死，新的营销已崛起 //	167
口口相传的信息 //	168
群体化的行动 //	169
消费者更多接受社会化媒体的选择 //	170
建立社会化、实时化思维 //	173
商规28 再小的个体，也应该建立自己的品牌 //	175
每一个人都是一个品牌 //	176
普及知识，赢得竞争 //	178
发出你本来与真实的声音 //	181
后记 //	183
本书案例索引 //	185
• • • • • ( <a href="#">收起</a> )	

[移动互联网商规28条 下载链接1](#)

标签

互联网

商业

移动互联网

管理

互联网思维

营销

电子商务

计算机

评论

最近给东北大学软件学院的学生为《移动互联导论》这门课写课件，接地气得开始阅读最时髦的移动互联网书籍。很幸运本书写的很好，简要概括一下主旨：人性的需求，极致的产品，铁铁的粉丝，实时的互动，众人的设计，尖叫的体验，快速的迭代。

-----  
缺乏系统性的罗列堆砌

-----  
用心先找到自己的前100名客户。

-----  
1，文笔很差，虽然白话易懂，但有主观色彩，部分内容有“成功学”洗脑的味道；2，概括性的“商规”缺乏创新性，作者在研究中大概是读了很多书，引用很多大多不错，但也有许多信用很明显但是没有标明出处；3，28条商规前面有些比较经典，后面的基本滥竽充数。

-----  
我是晚上睡不着，1点多看。3点左右就完全看完，可能是我看了很多互联相关的书，所

以觉得好多内容都是老生常谈，但里面讲到上海极致蛋糕是互联网与传统行业的结合，这个个案，我不看书是不知道的！这个点子非常值得我们思考！令到我有马上创业的冲动！可以复制吗？我记得周鸿祎讲的“学我者死，似我者生”，你会去试吗？这本些有些贵！尽量我是从图书馆借的！不过如果是行外人看是非常值得一看的！

用心先找到自己的前100名客户。

总体来说，这本书就是垃圾。为什么这么说呢。1.首先，你看标题就可以把整个章节的内容全部了解。2.那么，章节里面的内容是什么呢。全部讲的，很空洞很空虚的东西。毫无营养价值。

[移动互联网商规28条 下载链接1](#)

## 书评

具有互联网基因的企业如何拎着大棒杀入到传统行业，传统行业如何抵御侵蚀。六大规则、28条新商规将成为杀入互联网市场和继续侵蚀传统市场的作战原则。小心，别让你的竞争对手先看到哦。不管你是互联网企业、还是传统企业，你最好融合这些生存法则，开启你的思维重构，这些新法...

对于这本书来说，他写得不错。这里说的不错，是他引用的那些人他们原本的书写得不错。这本书就是应用了很多总结出来的一本书。用上自己，稀里糊涂自以为是的语句，还有不通顺的逻辑。这本书简直太棒了。刷新了我对中国人写的书的看法。好吧，这本书简直就是垃圾。...

我是晚上睡不着，1点多看。3点左右就完全看完，可能是我看了很多互联相关的书，所以觉得好多内容都是老生常谈，但里面讲到上海极致蛋糕是互联网与传统行业的结合，这个个案，我不看书是不知道的！这个点子非常值得我们思考！令到我有马上创业的冲动！可以复制吗？我记得周鸿祎...

28条商规，如封面文字所说关乎企业生死存亡的6大法则，28条新商规。这个肯定是有  
些夸大嫌疑的。记得微博正红的时候，有一帮人找着大旗喊：“如果你的企业还不玩微  
博，你就要死掉了”。当如今微博慢慢退热后，我们听到这样的声音了。我们又回过头  
来看，又有哪些企业因为没有玩微...

-----  
[移动互联网商规28条\\_下载链接1\\_](#)