Atitit 移动互联网商业维度

第一章  
移动互联网时代正在到来  
  
互联网演变三阶段／02  
WEB已死／04  
TABLE互联网群雄逐鹿／10  
  
  
第二章  
移动互联网时代—新社交  
  
微信改变一切？／42  
FACEBOOK的星球计划／44  
微博的社交商务生态／46  
洗白的陌陌／50  
来往的转型之路／53  
匿名社交软件／56  
  
  
第三章  
移动互联网时代—媒体  
  
社交媒体将如何发展？／64  
新贵的烦恼：今日头条／67  
钛媒体、《商业价值》合并／71  
自媒体时代／74  
  
  
第四章  
移动互联网时代—车联网  
  
功能车时代已死／84  
特斯拉进入中国的政策之困／86  
汽车智能化或将加速破局，车联网概念有望爆发／89  
智能汽车与物联网／94  
谷歌汽车平台—手机的外设／96  
  
  
第五章  
移动互联网时代—智能终端  
  
人体器官的外延—智能手机／102  
开启多屏互动时代／104  
中国手机市场进入春秋战国／111  
平板电脑的王者之争／114  
新锐市场—印度人的智能鞋／118  
  
  
第六章  
移动互联网时代—互联网金融  
  
互联网金融的逻辑／122  
余额宝开启互联网金融之门／125  
比特币的前世今生／128  
P2P网贷平台／135  
众筹／145  
  
  
第七章  
移动互联网时代—电商  
  
移动电商／150  
女性网络购物的强势崛起／158  
聚美上市／160  
京东布局O2O／163  
阿里巴巴赴美上市／167  
京东VS淘宝移动端／174  
微信试水电商／178  
唯品会模式／182  
  
  
第八章  
移动互联网时代—移动搜索  
  
移动搜索再现入口之争／190  
中国将全面进入移动搜索时代！／192  
移动搜索的玩法变了！／195  
  
  
第九章  
移动互联网时代—安全  
  
安全是移动互联网的基石／202  
360的舍与得／204  
智能汽车安全战场／210  
  
  
第十章  
移动互联网时代—运营商  
  
国家基站来了？／216  
铁塔公司来了！／220  
虚拟运营商或成移动互联网入口！／224  
4G调价／235  
终端补贴引发行业洗牌／237  
  
  
第十一章  
移动互联网时代—移动游戏  
  
中美移动游戏玩家对比／250  
移动互联网仍是屌丝天下／253  
移动游戏利润可观／255  
全民微信打飞机／258  
  
  
后记／261

[显示部分信息](http://product.dangdang.com/javascript:void(0);)

免费在线读

移动互联网：在融合和碰撞中生长  
  
  
第1章  移动互联网的新特征  
  ·新生活方式的诞生  
  ·新商业模式的崛起  
    案例1：手游的新特点  
    案例2：App取代Web  
  ·碎片化时代来临了  
  ·新时代，新营销  
    案例3：全程移动营销  
  ·移动互联网的女性特征  
    案例4：比尔·盖茨和乔布斯的区别  
    案例5：苹果的广告在宣扬什么  
  ·智能手机是“小三”

第4章  社群营销：被诱导的“群体盲思”  
第5章  O2O：线上与线下的“接吻”  
第6章  顾客真的是上帝吗？  
第7章  免费了吗？凭什么免费？  
第8章  大数据的窥视与变现  
第9章  寸草不生的生态圈

第一部分  移动互联网在改变我们的生活  
　第1章  “站在风口上，猪都会飞”，可猪一直都在，风口在哪里？  
　　1.1  世界到底发生了什么变化  
　　1.2  移动互联网发展趋势及规律  
　　1.3  移动互联网如何改变我们的生活  
　第2章  互联网向移动互联网加速演进，互联网思维向移动互联网思维快速迁移  
　　2.1  什么是移动互联网思维  
　　2.2  移动互联网给营销带来的三大变化  
　　2.3  移动互联网思维与互联网思维的差别  
　第3章  小米挑战苹果和三星的底气来自哪里？  
　　3.1  小米的发展历程  
　　3.2  小米模式的核心机密  
第二部分  移动互联网思维“9H”模型  
　第4章  碎片化思维：想你所做，做你所想  
　　4.1  “微”模式：微中有爱，微中之机  
　　4.2  “亲”模式：亲中大爱  
　　4.3  “圈”模式：打造永不破产的人脉银行  
　第5章  移动化思维：让世界移动起来，山不过来我过去  
　　5.1  O2O：线上线下整合见证奇迹  
　　5.2  LBS模式：街景的魅力  
　　5.3  移动支付：又一块巨大的蛋糕  
　　5.4  手机娱乐爆发的机会  
　　5.5  山不过来我过去  
　第6章  个性化思维：与众不同  
　　6.1  个性化时代正在到来  
　　6.2  个性化消费类型  
　　6.3  抓住个性化消费机会  
　第7章  粉丝化思维：用户思维落伍了，粉丝思维才是王道  
　　7.1  想办法把用户变成粉丝，最后1公里要花10倍的精力  
　　7.2  人人都是自媒体  
　　7.3  B2B、B2C、C2C都落伍了，C2B才是王道  
　第8章  平台化思维：航母起航  
　　8.1  抢占制高点  
　　8.2  入口之战要打赢  
　　8.3  免费也许是合理的  
　　8.4  有用户不愁应用  
　　8.5  U盘思考：组织扁平化甚至无组织  
　第9章  极致化思维：打造引爆点  
　　9.1  一定要聚焦  
　　9.2  成功从点开始  
　第10章  体验化思维：无体验不营销  
　　10.1  一定要让用户尖叫  
　　10.2  真正以用户为中心  
　　10.3  造景才能创造神话  
　第11章  开放化思维：拥抱未来  
　　11.1  信息不对称模式结束，中间商将退出历史舞台  
　　11.2  大数据助力精准分析，洞悉市场先机  
　第12章  品牌化思维：品牌才是通行证  
　　12.1  品牌的才是自己的  
　　12.2  差异化运营是弯道超车的最佳机会  
　　12.3  好酒不仅怕巷子深，还怕巷子不深  
第三部分  赢在转型：传统企业的移动互联网改造  
　第13章  商业模式颠覆与重构  
　　13.1  传统企业的转型怪圈和三大模式  
　　13.2  企业转型方向  
　　13.3  不同行业的转型模式  
　第14章  商业模式杀手锏  
　　14.1  模式一：工具+社区+电商  
　　14.2  模式二：SoLoMo+  
　　14.3  模式三：多元化  
案例一  云平台法律电商创业模式  
案例二  借力新媒体，“褚橙”变身“励志橙”  
案例三  传统企业桑乐金6个月销量翻番的秘密  
案例四  万科的互联网救赎  
案例五  “腾百万”的O2O创新

[显示部分信息](http://product.dangdang.com/javascript:void(0);)

前　　言

　　◆序言一◆  
　　“孔子弟子三千，贤人七十二”，我在北大从教多年，带过的学生众多，熊友君不算最突出的一个，他读书时人瘦瘦的，对移动互联网一直很感兴趣。我记得他的博士论文题目是《在移动互联网时代运营商的战略研究》，从欧美电信运营商到日韩电信运营商的转型经验，从政策上的“围墙花园”到开放运营，依据竞和关系分析和波特五力模型等研究国内运营商的转型战略，给我留下了很深的印象。

[显示全部信息](http://product.dangdang.com/javascript:void(0);)

媒体评论

　　移动互联网大潮来袭，颠覆不断发生，如果你还以传统思维抱残守缺，那面临的就不仅仅是生活得好不好的问题，而是会不会被时代抛弃的问题。  
　　——萧国亮北京大学教授，国家教育部经济史专业首席专家  
　　移动互联网不是互联网的简单延伸，而是重新定义，本书提出的移动互联网思维“9H”模型是一次大胆创新，希望真正帮助传统企业实现移动互联网转型。  
　　——赵民正略咨询创始人

《移动互联网商业模式创新与变革》(胡世良著)【简介\_书评\_在线阅读】 - 当当图书.mhtml 待整理

1. 移动互联网的未来
2. 《移动互联网思维》(王力　著)【简介\_书评\_在线阅读】 - 当当图书.mhtml
3. 《移动互联网思维》(王力　著)【简介\_书评\_在线阅读】 - 当当图书.mhtml
4. 《移动互联网思维：商业创新与重构》(熊友君编著)【简介\_书评\_在线阅读】 - 当当图书.mhtml
5. 《免费营销：移动互联网新思维》(黄叶馨)【简介\_书评\_在线阅读】 - 当当图书.mhtml
6. 《移动营销 \_ 移动互联网技术带给营销、销售和传播的巨变》(丹尼尔·罗尔斯)【简介\_书评\_在线阅读】 - 当当图书.mhtml