
盈利之道：新经济时代的商业模式设计与创新

(企业盈利模式设计与优化)

主讲：金超老师|2天

一、学员收益

二天的深入探讨，学员可以掌握并了解：

- 商业模式的价值和设计体系；
- 商业模式盈利系统设计与重组；
- 商业模式创新过程中遇到的问题与突破对策；
- 系统性阐述创新性战略规划规律方法。

二、适用范围

- 董事长、CEO、总裁、总监等企业经营者
- 副总裁、总经理、高级经理等企业高级人才

三、课程大纲

成功的企业=规范管理&模式系统

- 一、产品篇（产品服务创新模式）
- 二、经营篇（盈利系统优化模式）
- 三、传播篇（低成本营销模式）
- 四、资金篇（产业金融结合模式）
- 五、社会篇（产业链互动模式）
- 六、信息篇（新经济应用模式）

一、什么是商业模式？

- 1、商业模式系统
 - 1-1 看不见的手：商业模式
 - 1-2 商业模式的涵义与特征
- 2、商业模式与企业核心竞争力建设

二、商业模式：盈利

- 1、商业模式盈利点设计与重组
 - 1-1 基础产品模式：盈利点转移
 - 1-2 混业创新模式：盈利点创新
 - 1-3 利润乘数模式：盈利点放大
 - 1-4 客户解决方案模式：盈利点优化
 - 1-5 盈利点多元化：盈利点设计与重组
- 2、你凭什么吸引我——商业模式与风险投资

三、商业模式：突破瓶颈

1、产业链梳理与相关利益人设计

1-1 行业瓶颈发掘

1-2 行业控制权设计

2、企业融资与金融销售

2-1 产业金融综合运营：卖方担保模式

2-2 产业金融综合运营：动产及货权凭证质押

四、商业模式：资源整合

1、协同竞争与战略联盟

1-1 垂直联盟

1-2 水平联盟

2、战略联盟系统设计

2-1 共享客户模式

2-2 共享网络模式

2-3 共享广告模式

2-4 资源互换模式

五、商业模式：信息化

1、机会与挑战

1-1 新经济时代的特征

1-2 新经济三大工具

2、新经济时代的盈利模式创新

2-1 R&V 模式

2-2 传统企业拥抱新经济

2-3 轻资产模式

六、总裁如何设计商业模式

1、商业模式设计咨询系统

1-1 盈利系统设计

1-2 商业模式六大关键问题

1-3 商业模式设计工具体系

1-4 商业模式实施流程

2、盈利金字塔：商业模式的力量

四、教学方式

商业模式分析、案例教学、主题演讲、互动讨论、情景模拟

五、课程时间

二天（穿插讨论、集中研讨）

六、课程主旨

2000年互联网泡沫破裂的模式反思，2008年金融海啸下的商业模式博弈，2009年创业板上市“二高六新”的模式设计、2010年国家十二五战略规划纲要下的模式战略规划，商业模式创新经营已经成为企业的竞争常态和腾飞方向。

金老师是“商业模式6R模型”的创建者和“本土企业模式化差异运营”理念的倡导者。金老师认为：产品同质化、业务同质化、营销同质化、激励同质化、管理同质化——归根到底是战略同质化。战略同质化是企业核心竞争力和品牌缺失的根源，战略同质化让企业深陷行业微利的陷阱。优秀的战略规划决定着企业快速增长，创新性的商业模式缔造着成功的企业。《新经济时代的商业模式设计与创新》深度研究当前时代背景下的社会特征，使用大量实证案例全方位、全过程、全阶段、系统化诠释企业战略运筹的核心系统——商业模式设计系统，全面分析了企业战略规划的要害和步骤、商业模式的价值和设计体系、商业模式盈利点的设计与重组、商业模式创新过程中遇到的问题与突破对策，从方法论和工具集的角度，结合国内外经济环境深入浅出、系统性阐述创新性战略规划的规律和方法对于当下挑战与机遇并存的环境下，中国企业穿越危机、逆势崛起，具有极强的现实指导性和操作性。

产品篇：发现产品价值的盲点，找到全世界都没看到的价值宝藏，并把它打磨成钻石奉献给消费者。

经营篇：让你的长板更长，然后倾斜你的木桶，让它盛满更多清冽的甘泉。

传播篇：满足大众的社会责任感和猎奇心理，通过低成本传播来塑造心理势能，把企业的信息象精美的照片一样印刷到消费者脑海里。

资金篇：家家后院都有一座金山，让你尽情的开采和利用。

社会篇：鸟儿在蓝天飞过，天空没有翅膀的痕迹——参与社会价值链互动，在全社会经济体系中自由飞翔。

信息篇：拥抱新经济，做信息化前沿时代的弄潮儿。

七、延伸阅读

认识商业模式

项目成功运营、企业成功经营、企业持续成功经营背后的经营模式有没有什么不同？百度、虎牌、格力、国美、忠旺、新希望、欧派、丽华快餐…他们成功的模式是什么？五粮液超越茅台的模式差异是什么？史玉柱在经营IT“巨人”、网游“征途”以及保健品“黄金搭档”时又有什么模式变迁？“模式魔术师”蒙牛又是怎样令人眼花缭乱地展示模式的魅力？苏泊尔崛起于上位移动，奥克斯长于事件营销，娃哈哈依靠渠道联营，海尔采用客户解决方案…企业的成功离不开商业模式的成功，企业的失败大多归因于商业模式的失败。

商业模式是关于企业做什么、怎么做、怎么盈利的问题，实质是商业规律在经营中应用。我国当今企业白热化的竞争，已经从资源的竞争、效率的竞争、品牌的竞争发展到商业模式的竞争。中国的经济环境逐渐从紊乱过度到规范，许多企业商业模式的发展也相应从自发到自觉、从模糊到清晰。在战略和执行之间，商业模式作为企业经营的方法论，是企业参与社会竞争的立足点，决定企业的竞争能力和竞争潜力，决定企业发展的未来。

为了实现客户价值最大化，商业模式把能使企业运行的内外要素创新性地整合起来，形成高效率的具有独特核心竞争力的运行系统，并通过提供产品和服务，达成持续赢利的目标。商业模式的创新贯穿于企业经营整个过程中，贯穿于企业资源开发、研发模式、制造方式、营销体系、流通体系等各个环节。每个环节的创新都可能变成一种新的成功的商

业模式。成功的商业模式不一定是技术上的创新，而可能是对某一环节的改造，或是对原有模式的重组、创新，甚至是对整个游戏规则的颠覆。