

FENGHONG

FENGHONG

经营战略全史

[日]三谷宏治 著
徐航 译

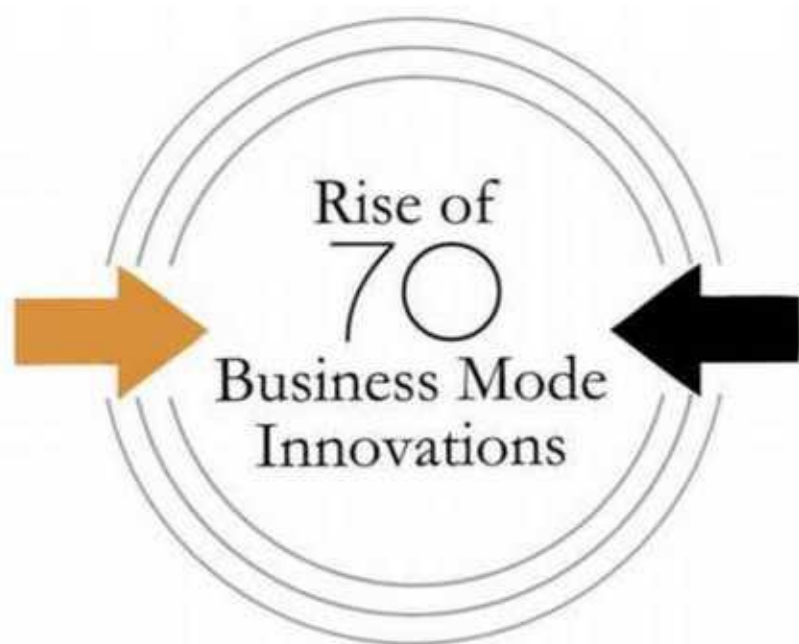
商业模式全史

[日]三谷宏治 著
马云雷 杜君林 译

全球商业模式的变革与“大企业”的盛衰兴废

商业模式全史

[日]三谷宏治 著
马云雷 杜君林 译



以全球性眼光综合分析“大企业”盛衰兴废的力作
创业者、企业管理者、MBA课程学习者必备的权威圣典

日本商业图书大奖获奖图书
全球知名企业管理者必选读物

从14世纪的美第奇家族、17世纪的三井越后屋，
到21世纪的阿里巴巴……

让你一口气读完商业模式的变革史！

江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING LTD

江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING LTD

江苏凤凰文艺出版社
JIANGSU PHOENIX LITERATURE AND
ART PUBLISHING LTD

目录

商业模式全史

目录

序言

序章 围绕“钱”的五种新型商业模式

第1章 商业模式究竟为何物？

第2章 近代商业模式的创生期（1673—1969）

第3章 近代商业模式的变革期（1970—1990）

第4章 20世纪末，速度与IT产业引领的创造期（1991—2001）

第5章 “巨无霸”的战争与“小个子”的崛起（2002—2014）

第6章 如何进行商业模式创新

补章 日本向世界发起的挑战

结束语

经营战略全史

目录

序言

第1章 近代管理学的三个源头（1910—1930年代）

第2章 近代经营管理的创始（1930—1960年代）

第3章 定位学派的大发展（1960—1980年代）

第4章 能力学派的群雄割据（1980—1990年代）

第5章 定位论与能力论的统合与匹配（1990年代—）

第6章 21世纪的经营环境与战略诸论（2000年代—）

第7章 最后的答案：“适应性战略”（2010年代—）

补章 俯瞰全体的B3C框架（1996年—）

结束语

商业模式全史

目录

序言

序章 围绕“钱”的五种新型商业模式

“巨匠们的午后”序：美第奇家族的创始人乔凡尼和Square的联合创始人多西美第奇家族创建的国际“汇兑·结算”体系以及对梵蒂冈公款的巧妙运用
托马斯·库克和美国运通公司开发的旅行支票以及由此实现的个人国际结汇
由美国银行的VISA卡构建起来的社会基础设施
网络、密码和eBay：PayPal把陌生人连接在了一起
现场支付的新方式：扩大卖方，改变买方的Square革命

第1章 商业模式究竟为何物？

“巨匠们的午后”1：“创新理论”的鼻祖熊彼特与“商业模式论”的盟主佐特
商业模式并非一成不变
商业模式的创造与革新从未间断，商业术语却鲜为人知（远古到1990）
为了解释网络经济，商业术语被乱用一气（1991—2001）
商业模式革新的时代（2002—）

第2章 近代商业模式的创生期（1673—1969）

“巨匠们的午后”2：吴服店的再造者三井高利和硅谷的创立者特曼
借新型吴服店和公款汇兑店二者之力将三井越后屋推向繁荣
大型连锁商店的兴起：从A&P、梅西百货到西尔斯公司
福特的“纵向一体化模式”和通用的“分散经营模式”
吉列的大发明：新型盈利模式之“刀片+刀架”模式
佩利在哥伦比亚广播公司发明“广告模式”
“计量收费”模式让施乐成为服务型企业
硅谷之父——斯坦福大学的特曼教授

第3章 近代商业模式的变革期（1970—1990）

“巨匠们的午后”3：摇钱树的栽种人入交昭一郎和7-11的再造者铃木敏文
佳能通过改变技术、顾客、流通、服务，向施乐发起挑战！
本田凭CVCC发动机之功，丰田借“精益生产”“金字塔”之力赶超通用、福特
沃尔玛和7-11物流至上的“区域集中模式”
IBM的水平分工模式，为新兴公司的诞生撒下火种
任天堂借红白机打造的“平台模式”
“B2B电子商务平台”的先驱——AUCNET公司开创的二手车视频交易平台

第4章 20世纪末，速度与IT产业引领的创造期（1991—2001）

“巨匠们的午后”4：创业天才戴尔和偏执狂人贝佐斯
按需生产与零库存：戴尔让世人看到了“直销”魔力
由GAP、贝纳通开创，由WORLD、ZARA、优衣库发展的“SPA模式”
从雅虎的门户网站到谷歌的检索广告
eBay开创的“C2C电子商务平台”
雨后春笋般的“B2B电子商务平台”与无心插柳却成荫的“B2C电子商务平台”

[贝佐斯的亚马逊，用IT力和物流力撑起了“一站式理念”和“长尾理论”](#)

[第5章 “巨无霸”的战争与“小个子”的崛起（2002—2014）](#)

[“巨匠们的午后”5：“商业学者”安德森和“龙马铁粉”孙正义](#)

[安德森对“免费+收费”模式的推广与实践](#)

[马云的阿里巴巴集团凭借免费模式称霸中国市场](#)

[YOU的时代、实名制“社交网络”、Facebook和天使投资人](#)

[专栏：中国版三国演义：百度、腾讯和阿里巴巴](#)

[智能手机、社交游戏将任天堂逼到了悬崖边。索尼能否凭借PS4东山再起？](#)

[梅西百货用“全渠道销售”化解“展厅现象”危机](#)

[专栏：日本版三国演义：亚马逊、乐天 and 雅虎日本](#)

[亨利·伽斯柏倡导的“开放式创新”让所有的产业都成为服务](#)

[乔布斯钟爱的“二次发明”：用“纵向一体化”和“刀片+刀架”模式一统天下](#)

[“专利技术服务商”高通和“纵向一体制造商”英特尔将苹果逼到了悬崖边](#)

[专栏：科斯定理与乔伊法则](#)

[kl\(r\)aud和makers预示的未来，“超分散网络模式”让“小个子”各尽其才](#)

[专栏：商业模式革新图谱](#)

[第6章 如何进行商业模式创新](#)

[“巨匠们的午后”6：重视“幽默感”，坚持“员工第一”的凯莱赫和帮助科技人才少做无用功的莱斯](#)

[领导力：让IBM大象起舞的郭士纳，让宝洁由衰转盛的雷富礼](#)

[企业文化：“重视幽默”“采用新人”因何能让西南航空公司保持长期盈利？](#)

[实践方法：戈文达拉扬的“遗忘借用学习法”和莱斯的“精益创业”](#)

[人才培养：克里斯坦森的“DNA”和美国西海岸的“d.school”和“Y Combinator”](#)

[向未来发起挑战：捧贤一主张的“照亮一隅”，贝佐斯主张的“顾客重于对手”，佩奇主张的“创造高于竞争”](#)

[补章 日本向世界发起的挑战](#)

[半封闭+人力：看Linkers的“匹配创新模式”](#)

[“半职业众包”：看半职业人士打响的团体战](#)

[MUJI的组合拳——“顾客时间型全渠道销售”](#)

[因产品失去的，靠配件赢回来？！](#)

[“巨匠们的午后”（番外篇）我和克里斯坦森](#)

[结束语](#)

图书在版编目(CIP)数据

商业模式全史 / (日) 三谷宏治著; 马云雷, 杜群林译. —南京: 江苏凤凰文艺出版社, 2015
ISBN 978-7-5399-8960-1

I. ①商… II. ①三… ②马… ③杜… III. ①商业模
式—研究 IV. ①F71

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第294596号

江苏省版权局著作权合同登记: 图字10-2015-502

ビジネスモデル全史 三谷宏治
“BUSINESS MODEL ZENSHI” by Koji Mitani
Copyright © 2014 by Koji Mitani
Original Japanese edition published by Discover 21, Inc., Tokyo, Japan
Simplified Chinese edition is published by arrangement with Discover 21, Inc.
Illustrator: Kuniko Nagasaki (Platinum Studio)
Simplified Chinese edition copyright © 2015 Beijing Poughong Books Co., LTD.
All rights reserved.

书 名	商业模式全史
著 者	[日] 三谷宏治
译 者	马云雷 杜群林
责任编辑	孙金荣
特约编辑	秦 蕊
责任校对	孔智敏
版权支持	王秀荣 张晓阳
封面设计	刘红刚
出版发行	凤凰出版传媒股份有限公司 江苏凤凰文艺出版社
出版社地址	南京市中央路165号, 邮编: 210009
出版社网址	http://www.jswenyl.com
经 销	凤凰出版传媒股份有限公司
印 明	三河市金元印装有限公司
开 本	700毫米×1000毫米 1/16
印 张	20.5
字 数	287千字
版 次	2016年1月第1版 2016年1月第1次印刷
标准书号	ISBN 978-7-5399-8960-1
定 价	42.00元

(江苏凤凰文艺版图书凡印刷、装订错误可随时向承印厂调换)

序言

《商业模式全史》一书的书名中蕴含了两层含义。

一是书中关于商业术语及经营战略术语的历史。

这些略带庸俗又极其暧昧的商业术语发展至今，可谓一路坎坷。它们时而被褒、时而被贬，时而受人冷落、时而受人拥戴。

商业术语^[1]的历史大致可以分为以下三个时期：

第一时期，从远古到1990年前后。

这个时期虽然也存在着商业模式的概念以及相关术语，且这些概念和术语对日后诸多方面的变革都起到了决定性的作用，但当时使用它们的人却寥寥无几。

第二时期，1991—2001年。为了解释互联网经济，^[2]商业术语在这一时期迅速发展至顶峰。

20世纪90年代中期，随着互联网的大规模普及，互联网经济也取得了蓬勃发展。1993年，Mosaic浏览器^[3]公开后，亚马逊和雅虎都顺势而起。到了1998年，商业模式本身也成为了一种专利（例如Priceline的逆向拍卖模式）。无论是企业主、投资人，还是经营者、媒体，都纷纷使用此类术语，许多学者也对此表现出极大的兴趣。

随着2001年网络泡沫 (.com bubbles) 的崩溃, 人们都认为“商业模式”这类术语也会和其他经营流行语 [4] 一样最终因过时而惨遭淘汰。

然而, “商业模式”竟奇迹般地存活了下来, 这必须归功于它的两大作用。

作用之一是它回答了“竞争优势的持续性”问题, 作用之二是它回答了“革新方法”的问题。

“商业模式”用途的变迁

	第一时期	第二时期	第三时期
时期	远古—1990	1991—2001	2002—
用途	未被广泛应用	①用来解释电子商务	②用来系统分析竞争优势的持续性 ③革新的源泉
序章中的事例	<ul style="list-style-type: none"> • 美第奇家族 • 旅行支票 • 信用卡 	<ul style="list-style-type: none"> • 信用卡的在线支付 • PayPal 	<ul style="list-style-type: none"> • Square • Paypal Here • 乐天的 SmartPay • Coiney

而这两个问题恰恰是21世纪经营战略论必须要面对的两大课题。因此, 2002年以后“商业模式”又迎来了它的“第二春”, 即“商业模式”的第三时期。

《商业模式全史》这个书名中还蕴含了另外一层含义，即商业模式变革的历史。历史上存在过哪些重要的商业模式？它们是如何产生发展的？本书都会作一简要概述。

这部分的历史远比商业术语的历史范围更大、内容更深。不过，无论商业如何变化，其中的商业模式都是有规可循的，都是能够为我们所认知的。

归根结底，商业就是：

把采购来或生产出的价值提供给他人，以换取同等的价值。

这些要素的组合就是商业模式。凡是有实力的企业无不拥有自己的商业模式。

但本书记述的并非是那些“成功的典范”，而是那些敢于突破传统商业模式的“改革先驱”。

例如，从“价值补偿”的角度看，有“刀片+刀架”模式的吉列公司，也有“广告模式”的哥伦比亚广播公司；从“价值提供”的角度看，有“百货店模式”的梅西百货公司，也有“连锁店模式”的A&P公司等等。

在这些开创了新型商业模式的先驱里，当然不乏一帆风顺的例子，但大多数公司都是历经坎坷，在摸索中努力寻找着前进道路的。其中，梅西百货通过全渠道销售模式走出了经济萧条，而美国A&P公司却终究没能逃脱破产的命运（2010）。

实践是先行者，理论是追随者。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《经管必读_商业模式全史_经营战略全史(套装共2册)》三谷宏治.pdf

请登录 <https://shgis.com/post/4463.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

