

## 一、盈利模式的基本概念

虽然“盈利模式”经常被提及，但是迄今为止依然没有一个统一的概念。虽然盈利模式概念的表述方式有很多种，但多数人认可的观点是盈利模式直接影响企业的利润来源和结构，其核心是价值创造。

目前，盈利模式的定义能够概括为两种观点：运营观和盈利观。运营观是站在经营管理层面分析，认为盈利模式是战略的具象化，是企业特有的、能够实现企业价值创造和获取、利益分配的商务结构，是各项业务、资源和各方面利益关系等综合体现，是实现企业价值最大化的运行机制。

而盈利观则是从利润的角度出发，认为盈利模式是获取利润的方式和途径，盈利能力大小与赚取的利润多少正相关。两种观点从不同的角度界定了盈利模式的概念。

仔细对比两种观点，不难看出，盈利观从利润的角度出发，而利润是一个绝对指标，未能体现投入的资本大小和创造利润多少两者之间关系，也未能考虑资金的时间价值，同时若只从利润的角度考虑盈利模式的好坏，容易忽视相关风险和企业的长期发展，相比而言，运营观更为全面准确。

盈利模式是企业在生产经营过程中，把握市场动态，合理配置资源，利用其核心业务、销售渠道、客户关系和竞争优势来创造现金流，实现企业价值最大化的运行机制。

不同盈利模式的主要区别在于核心业务的客户、产品或服务、收入来源、相关活动和竞争优势的不同，而这些都与盈利对象、盈利点、盈利源、盈利杠杆和盈利屏障五要素一一对应，构成要素的差异是产生不同的盈利模式的基础，对盈利模式构成要素的剖析可以深入研究企业的价值创造过程和获取利润的方式。

盈利模式和商业模式较为相似，皆和企业的运营相关。盈利模式更注重怎样获取企业自身的价值，从盈利的角度引导企业的资源配置；而商业模式是企业进行商业活动的方式，商业模式更注重针对目标客户，是企业进行价值创造、获取收入的过程，更强调企业给什么样用户创造什么价值。

商业模式能够拆解为价值主张、盈利模式、关键过程和关键资源四个相互联系的部分，盈利模式实质上是商业模式盈利方面的细化分析，通过对盈利模式的分析，能够清晰地看到公司的盈利来源和未来发展方向。

## 二、盈利模式的构成要素

盈利模式的差异主要由以下五个方面决定：一是企业的目标客户，二是企业能够通过产品或服务给客户提供的价值，三是怎样吸引目标客户，四是企业的收入来源有哪些，五是企业的竞争优势是什么，以上的五方面会体现在盈利模式的构成要素上。

不同盈利模式的区别在于盈利模式构成要素的差异，对构成要素的拆解和探究是剖析盈利模式的必要途径。结合电子商务行业的具体情况，在“四要素”的基础上进行优化和完善，提出“五要素”。

“一个中心，五个基本点”生动诠释，即以价值创造为中心，协调五个基本点：盈利对象、盈利点、盈利杠杆、盈利源和盈利屏障，这种模型能够对电子商务的盈利模式进行全面的分析。

### 1. 盈利对象

盈利对象就是企业产品或服务的客户，解决的是企业向谁提供价值。如果没有盈利对象，企业盈利无从谈起。在经营的过程中，企业需要关注消费者的偏好、年龄、性别、趋势等诸多情况，从而理清目标消费者、目标细分市场。

通常情况下，企业会对其盈利对象进行深入的调查，精准定位主要的盈利对象，对潜在盈利对象进行开发。

### 2. 盈利点

盈利点是企业向客户提供什么，这些东西可以让企业盈利。盈利点关注重点有两个：第一，盈利点在满足用户需求的时候，还能为企业带来价值；第二，盈利点是核心竞争力的体现。

### 3. 盈利杠杆

杠杆的关键在于用简单而快捷的方法完成繁复的工作，将盈利对象和盈利点结合起来，运用不同的“杠杆”手段获得最大的盈利。盈利杠杆是指企业吸引消费者的一系列相关活动，盈利杠杆是企业的投入，其关注重点是哪些活动能够提供价值。

### 4. 盈利源

盈利源指的是收入的获得途径。企业通常可以利用销售产品、提供服务等方式获取收入。判断企业盈利源的好坏，主要有三点：第一点，盈利源要有一定的规模，并且未来有增长的潜力；第二点，企业对盈利原理有着深入的了解和研究；第三点，

与其他竞争者相比，企业的盈利来源拥有特定的优势。

## 5. 盈利屏障

盈利屏障是一系列的防范举措，其目的在于避免其他企业掠取自身的盈利，保障自身持续盈利。盈利屏障与盈利杠杆类似，都是反映的是企业的投入，但区别在于，前者是为了防止消费者流失，隔绝竞争者，保持盈利；而后者则是为了吸引消费者，获得盈利。

盈利屏障能够看作是壁垒，保障企业的核心优势难以被模仿和超越，保证持续盈利，这往往需要依靠企业资源、关键技术和能力。

# 三、盈利模式分析的理论基础

## 1. 价值创造理论

价值创造是指企业生产、供应满足目标客户需要的产品或服务的一系列业务活动及其成本结构。企业的价值创造能力与价值驱动因素息息相关，价值驱动因素主要分为两部分：第一部分是外部环境，包括法规、经济、科技、文化和政策等方方面面。

第二部分是内部管理，内部管理能够体现出企业的价值创造能力，既包括研发水平、业务流程、薪酬规划等非财务指标，又包括盈利水平、债务偿还能力等相关财务指标。

企业的价值创造与盈利模式存在紧密的联系，构建盈利模式的重点就是探求该模式能够带给目标客户怎样的价值，接着选取恰当的措施来实现这些价值，从而获得盈利。不同盈利模式的区别在于其构成要素的差别，对盈利模式构成要素的深入剖析可以全面展现企业的价值创造过程。

## 2. 价值链理论

价值链理论认为企业的价值创造过程能够拆解成一系列互不相同但又相互关联的增值活动，其总和即为“价值链”。企业的经营活动分为基本活动和辅助活动，前者由生产作业、内外部后勤、市场和销售、服务等构成。

企业基础设施、采购、人事管理和技术开发组成了后者。盈利模式的目的在于企业价值最大化，而找到企业的竞争优势是其中最重要的一部分。

不同企业之间的竞争，实质是整个价值链的竞争，而企业的竞争优势源自于某些特殊的价值活动上的优势。价值链有众多的增值活动，这些活动之间相互关联、影响。

但并不是所有的增值活动都比竞争对手有优势，只有特定的价值环节才有优势，这些环节称为“战略环节”。通过对企业盈利模式五要素进行拆解，能够发现和了解企业价值链中的“战略环节”。

## 四、电商盈利模式种类

电子商务是指以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动。目前从事电子商务的企业有两类：纯电子商务型和混合型。纯电子商务型指的是一个企业原本不从事某个领域的商业活动，拼多多、亚马逊、阿里巴巴等都是这种类型的企业。

混合型是指企业原本从事某个领域的商务活动，并以此为根基，开展电子商务，代表企业有国美电器、苏宁易购等。无论是企业采用哪种类型，其共同目标是可以实现盈利，获得更好的发展。

电子商务是互联网技术和信息技术爆炸式发展的产物，电子商务改变了企业的生产方式、经营管理活动，也改变了社会的经济结构和运行方式。

随着电子商务行业的发展，电子商务企业主要根据核心盈利来源和发展阶段来确定其盈利模式，衍生出了四种盈利模式：平台型、生产直销型、垂直型和综合型。

1、平台型盈利模式的特点是企业自身不参与交易，为交易双方提供平台和服务，买卖双方借助平台完成交易、付款、售后等活动，其核心盈利来源是平台佣金和广告收入，优势有交易流量大，提供较多的增值服务。

2、生产直销盈利模式指的是企业本身就是生产商，生产商自己搭建网络平台，将自己生产的产品或服务直接销售给客户，其核心盈利来源是销售产品或服务所获得的收入与生产成本的差额，这种盈利模式能够掌握客户的最新资讯，更有利于企业研发新产品。

垂直型盈利模式则是企业从生产商或供货商采购物品进行销售，深入运营某个行业或细分市场，销售特定类型的产品。

3、垂直型盈利模式的核心盈利来源是销售产品所获得的进销差价。

将本行业的生产商和供货商集中在一起，对产品的采购销售和收购等过程严格把控

，提供更为细致、专业的产品或服务，更易拥有忠实的用户。

4、综合型盈利模式的企业采购商品进行销售，销售产品种类多，规模大，有稳定供货商，基础设施完善，在自身服务能力的基础上，为第三方提供平台和相关服务，实现服务收入，这类盈利模式核心盈利来源广泛，能够通过销售产品所获得的进销差价、广告收入、平台佣金，根据每个企业实际情况的不同，核心盈利会有不同程度的侧重。

此外，这类市场前景广阔，目标客户多，满足消费者一站式购物需求，供应链运营管理能力强，代表企业有亚马逊。四种盈利模式是有所交织、转化，并不是相互孤立的。

通常，专注于某个行业和细分市场的垂直型电商，随着自身规模的扩大，供应链能力的提高往往会转向综合型电商，以谋求更好的发展。电商企业往往会根据行业需求和自身的特点制定适合自己的发展目标，在发展中不断地完善、调整自己的盈利模式，以期达到最佳目标。