

式、远程教育服务供应商模式和混合模式这三种商业运作模式，他们还认为广播电视大学依靠系统优势既可能做远程教育零售商，也可以做远程教育供应商。^[5]

事实上，作为现代市场经济体系中一个充满活力的开放大学，其所提供的现代远程开放教育服务正是现代信息技术和教育教学深度融合的产物，也是其与传统大学商业模式的根本区别。所以，无论是处在转型期的广播电视大学，还是新成立的开放大学，它们都需要根据市场的变化和战略发展的方向，重新审视自己的商业模式，通过创造与传统大学和原有的广播电视大学“大不同”的客户价值，设计出独特的价值创造方式，甚至可以颠覆教育行业的传统规则，突破现存的扩展瓶颈，透过掌控核心教育资源建立高竞争门槛，成功构建系统性的价值链体系或和谐的远程教育生态系统。

二、基于商业模式创新的开放大学建设路径

所谓商业模式创新，是指一个组织价值创造基本逻辑的创新变化，它既可能包括商业模式构成要素的变化，也可能包括要素间关系或者动力机制的变化。具体到开放大学，当其所提供教育服务的价值创造逻辑体系中的要素有一个或多个发生变化和调整的时候，再或者几个要素间的关系或者动力机制发生变化的时候，开放大学的商业模式创新就实现了。

（一）变革定位和客户价值主张

所谓定位，就是站在客户的角度去考虑，给客户愿意选择你的一个理由。这个理由，就是客户价值主张，具体表现为给用户提供的产品、服务及渠道等有关要素的某种组合，是客户真实需求的深入描述。教育行业最首要的是要有好的内容、好的服务，否则客户是不会接受的。如今，尽管开放大学的主业是现代远程高等学历教育，但是其业务类型并不是单一的、一成不变的“大一统”的模式，站在终身教育体系的链条上，开放大学的目标市场明显具有多样性。不管是学历教育，还是非学历教育，开放大学都应该根据自己的资源状况和政策支持力度，去深刻地理解学习者的需求，为他们提供不同的教育服务或教育产品。

开放大学不应该仅仅为学习者提供一次所需的教育服务和产品，还应该创新办学理念，注重满足客户的隐性核心需求，甚至创造学习需求，引领学习者主动追求更高层次的人生目标，面向学习者的整个职业生涯和生活过程为他们提供整套教育需求解决方案。举个简单的例子，随着智能手机的普及，加之其具有

的高度移动性，使得碎片化成为移动互联时代的重要特征，在任何时间、任何地点，人们都会掏出手机，玩游戏、看新闻、聊微信、发微博等，难道这会让我们觉得没人喜欢利用移动终端努力学习了吗？恰恰相反，开放大学应该去创新思路和运作模式，给学习者提供一个优良的学习渠道，以代替仅仅是利用移动终端打发无聊的时间，让学习者可以自觉地在该渠道上把碎片化时间、垃圾时间聚沙成塔地去学习。要知道，很多时候，不是没需求，而是没供给。这种供给就是开放大学挖掘并满足了客户的隐性核心需求的结果。另外，越来越激烈的社会竞争，让学习者需要得到与市场联系最紧密的教育服务和产品，开放大学必须紧紧追踪市场需要和演化逻辑，开发适应市场需求的新的专业、课程和培训项目，打造具有特色的专业和课程体系。同时，课程开发方式、资源建设方式、授课方式、学习评价方式等都需要创新，适应移动智能时代下的学习者需求。

（二）改变收入模式和成本结构

如今，计算机及互联网技术的广泛应用，高等教育已经向远程化迈出了重要的一步，世界知名大学的系列公开课的推广和 MOOCs（大规模网络开放课程）等的出现，已经逐渐改变了教育业态的结构发展态势，改变了教育行业的盈利模式，专门从事现代远程教育的开放大学面对这样的情势不得不寻求创新性突围。换句话说，开放大学不应仅局限于传统的远程教育模式，还可以广泛联系其他教育机构、行业企业、社区等，共同构建终身学习体系，在这个过程中，就要通过优化收入结构和成本结构建立起自己独特的价值创造模式，从而为客户创造价值的过程中获得利润。

从事现代远程教育、提供教育服务和产品的开放大学，属于轻资产类经济组织，不能再像旧有的广播电视大学那样全部依赖学费模式的收益，必须创新收入模式并调整成本结构，还要掌控对价值分配的话语权，也只有通过把产品和服务打包在一起，全面降低客户的搜寻成本、讨价还价成本和执行成本，才能依靠便捷性和低成本投入获得更高的价值创造。我们所熟知的苹果公司，已经通过创新整合，成为了网络运营商、应用软件开发商、娱乐内容供应商，建立了集终端、渠道、数字内容和应用软件为一体的新商业模式。开放大学应整合多元社会教育资源，建立一个集教育服务供应、学习平台运行、数字资源开发、资源渠道扩散等为一体的新型开放大学模式。通过“大学、教育集团、电子商务、金融服务”一体化多元运行，