

《互联网商业创新》

图书基本信息

书名：《互联网商业创新》

13位ISBN编号：9787564700720

10位ISBN编号：7564700726

出版时间：2009-3

出版社：电子科技大学出版社

作者：汤胤

页数：286

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《互联网商业创新》

内容概要

《互联网商业创新:理念与实例》以中国本土发生的案例故事为背景，总结了在新经济中具有重大影响的上述几个重要理念。《互联网商业创新:理念与实例》以这些理念为线索，应用了大量的例子作为佐证。《互联网商业创新:理念与实例》提出了一个重要观点，价值链环路的出现是电子商务时代的最重要特征之一，并且五个重要理念之间的关系亦可以帮助企业作出正确的战略决策。

作者简介

汤胤 暨南大学副教授、硕士生导师。研究领域：电子商务、商业智能。2000前后参与互联网创业，对电子商务及虚拟社区运作非常熟悉。2004年于华南理工大学计算机学院获博士学位，主持开发多个软件系统及网络应用。2005年开始研究转向电子商务，致力于寻找新经济秘密至今。个人博客

<http://tangyin.blogbus.com>

《互联网商业创新》

书籍目录

第一章 一个伟大的时代商业搭上信息快车中国电子商务的潜力“沟通”才是生产力电子催生新商务电子商务与新竞争环境广义的电子商务范畴第二章 当传统行业遇上互联网电子商务对传统渠道的冲击商业引擎阿里巴巴正佳电子商务路径Amazon——B2C电子商务自卖书起戴尔的供应链与直销模式PPG——“衬衫版”戴尔红孩子——母婴产业淘宝——非跳蚤市场第三章 互联网延伸商业理论理念革新是互联时代的最佳竞争力eBay在中国的失败理念复制产生商业机会五个商业理念五大理念之间的关系第四章 价值链回环长尾只是结果价值链分析理论与传统价值链价值链回路分析框架及其动力机制价值回环与W曲2.0第五章 用户价值进入设计过程DIY个性定制服务印刷与出版网络文学兴起机票价格由谁说了算用户自定制游戏第二人生：自组织游戏第六章 用户价值生产内容Wikipedia属于草根的百科全书SNS社交网络的神奇力量谁在为我们设置议题影视业的迷失山寨文化的兴起第七章 用户自主传播数字经济中的广告……第八章 长尾理论第九章 成功应用自开放始第十章 玉台支撑应用第十一章 低层创新引发层应用变革第十二章 结语——商业是圆的

章节摘录

无论是虚拟人生，还是虚拟社区，以及游戏带给人的生活的冲击，还是电邮、黑莓、无线网络甚至网络家电带给我们的冲击，越来越多的生活和工作都开始渗透到网络上，这也形成了一个逐渐自发形成规模的网络社会。在这个时代，不仅仅社会在网络化，而网络也在社会化，也在逐渐形成基于网络文化的独特的社会。在社会网络化中，个体作为一个主体成分，他在社会网络的个体价值，更多的是这个个体的关系链度、关系强度的权重价值，他的传播度，他对社会的影响力是多大？虽然在日常生活中，他可能只是一个平凡的人，但并不妨碍他在网络社会中成为一个有力量的有社会价值的个体。这就是草根的力量，社区的中坚来自于草根，而不是明星。不仅仅是名人或者社交人士才有极大的影响力，每一个人都是影响者。社区营销的核心，在于研究网络化的社会关系，把握住这个核心，从而驱动无数个个体成为传播的多中心，无限级地影响出去。营销的核心在于沟通，而不是推销或广告。沟通的核心在于实时、即时地整合沟通，而这种实时沟通，又往往存在于生活和社区中。在生活和社区中，乃至网络社区中，存在着一对一、多对多、一对多的沟通和传播，与企业滞后的大众营销有着迥然不同的性质。个体传播的前提是他已经进行了体验，基于自己的体验在自己的关系网络中传播，这更具有可信度。类似SNS的六度空间的关键不在于寻找一个人，而在于沟通一个人，乃至沟通整个链条网络的人，这便是社区营销的关键所在。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com