第一图书网, tushu007.com

<<移动革命>>

图书基本信息

书名：<<移动革命>>

13位ISBN编号：9787121025501

10位ISBN编号：7121025507

出版时间：2006-7

出版时间：电子工业

作者：丹·斯坦博克

页数：273

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：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书对全新的移动服务（丰富的语音系统、因特网、信息和内容服务）的迅猛发展做出了全面描述。它介绍了全世界通信市场的发展史，从世界通信发展的三大强势（美国、西欧和日本）入手，深入探讨了移动对客户、商务市场、战略决策以及对其他行业的影响，揭示了移动技术的发展如何引发市场创新，并指导业内人士如何正确分析与预测移动产业的发展。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

丹·斯坦博克（Darl Steinbock）博士　　现居美国纽约市，是哥伦比亚商学院电信资讯所研究员。
现任芬兰科学院纽约办事处负责人，而且是芬兰赫尔辛基经济学院客座教授。
他的大部分时间用在全球范围内的授课。

<<移动革命>>

书籍目录

术语缩写 前言 第1部分　市场的改革　第1章 全球化　　市场的全球化　　全球市场的发展史　　地区市场体系的改革　　巨大的新市场　　向下一个大市场进军　第2章 改革创新　　创新的浪潮　　市场的创新　　移动服务的创新　　移动服务的独特特征　　服务的销售组合　　整体的服务组合　　新服务的开发　第3章 服务的先锋　　服务创新　　i-mode的诞生　　服务组合　　起源　　迅猛发展的内容市场 第2部分 移动客户服务　第4章 服务创新　　服务种类　　新服务　　内容创新　　移动门户　第5章 内容服务　　NTT DoCoMo公司的先驱作用　　移动内容的革新　　移动音乐：铃音无处不在　第6章 移动多媒体和娱乐业务　　融合的价值链　　先锋成就　第7章 曾被视为手机的移动设备　　从“砖头”到表现自我　　设计的演变　　市场细分的差异　　向可佩戴发展 第3部分 移动商业服务　第8章 移动市场营销和消费者行为　　移动市场交易　　市场服务和移动价值链　　移动通信市场服务机构的改革　　从市场活动到普及　第9章 移动商业服务　　移动商业服务的发展　　商业服务革新　　企业解决方案的供应商　　共同的市场　第10章 策略与移动性　　从市场信号到经济价值　　移动性和竞争优势　　移动性与竞争策略　　移动性、商业模式和战略

章节摘录

1998年，全世界仅有2亿个手机用户，而截止到2004年底，这个数字就已经达到了约16亿。
到2006年底，这个数字有望达到26亿。
从20世纪90年代后期开始，移动通信的特点被归纳为：全球化的加强、世界市场的革命、地区的差异和巨大的新兴市场，尤其是在中国和印度，移动通信的时代已然拉开了序幕。
市场的全球化　　20世纪80年代中期，Kenichi Ohmae宣称世界工业的领导者一直在主要市场--美国、西欧和日本--中占重要地位。
这三个地区的组合也是主要市场的所在地，是竞争威胁的来源和新科技的发源地，因此任何一家公司都将打入这个区域的市场作为它们的首要目标。
从1988年马可尼的无线电报到1998年模拟蜂窝通信的出现，无线通信革命的中心一直都在美国。
直到20世纪90年代，北欧的革命后来者居上，占据了行业的领先地位。
到20世纪末，欧洲变成了该行业的领导者，服务的革命则转到了日本和韩国，而中国和印度的发展是最快的（见图1.1）。
今天，移动通信的革命蔓延到西欧、北美和亚太发达地区的市场。
行业竞争　　直到20世纪80年代，在大多数发达国家的市场中，单一的网络运营商，尤其是国家电信运营商，垄断着无线通信最有价值的系统。
美国贝尔控制着从制造到销售再到服务的整个价值链。
今天，一流的公司在世界的舞台上和全球化的策略下共同合作，相互抗争，以期参与下一盘“全球化的国际棋局”。
在20世纪80年代，大规模的运营商和供应商相对占有优势。
而在十年后，这些在全球化中扩张的公司却逐渐失去了它们的竞争优势。
过去，大公司靠全球化赢得竞争，而现在，只有依赖实现全球化才能够参与竞争。
在过去，它们的发展是逐步走向世界，而现在，许多公司从成立开始就已经是全球化的公司了。
专业化和全球化　　现如今，有价值的行为的专业化和全球化对商业来说是与生俱来的。
20世纪80年代，市场仅仅是在国内，到了90年代，市场变成了区域内的，而今天商业则变成了价值系统。
在这个价值系统中单独的有价值的行为被迅速地全球化。
这个价值系统非常复杂，包括承包商、设备制造商、电子消费者、服务平台、趋同者、内容的采集者、零售商、网络运营商和服务提供商。
每一层都被全世界的大规模和大范围的公司所主导（见图1.2）。

媒体关注与评论

“这是一本关于移动是如何改变我们的生活和工作的精华读物。
”安斯·范约奇（Anssi Vanjoki）诺基亚公司多媒体事业部副总裁兼总经理“本书对移动通信的市场和服务改革进行了全面的讲述，并且附有移动产业的真实事例。
”托马斯·盖特纳（Thomas Geitner）沃达丰公司首席技术官“每个重要的商业转型期都需要动力。
在过去十年可以预见的相当时期内。
推动世界商业前进的力量，应当是移动服务。
有志于参与全球化竞争的中国企业，移动服务至少是个可以观察并借鉴的窗口。
”刘亚洲《全球通》杂志主编“本书对21世纪最具变化的技术进行了激动人心的探讨。
这相对于一个科技的神话而言，更是一个我们可以去做的近乎神奇的新鲜事。
本书总会令我们产生憧憬。
”杰弗里·弗罗斯特（Geoffrey Frost），摩托罗拉公司首席营销官“本书将全球移动行业环境和战略洞察力相结合。
相关行业的从业者都可从本书中获得极大的收益。
”皮特·唐顿（Pete Downtoll），华纳闷际音乐业务发展和战略关系部总监“斯坦博克写出了一部关于无线业的不朽的、全面的教科书。
对无线业的从业者一从初学者到领头羊——来说，本书都是他们的巨大财富。
”马丁·库珀（Manin Cooper），美国爱瑞通信公司（Array Comn）董事

第一图书网, tushu007.com

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:http://www.tushu007.com