第一图书网, tushu007.com

<<电子商务盈利模式分析>>

图书基本信息

书名：<<电子商务盈利模式分析>>

13位ISBN编号：9787308085595

10位ISBN编号：7308085597

出版时间：2011-6

出版时间：浙江大学

作者：陈月波

页数：306

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

内容概要

《电子商务盈利模式分析》是在浙江大学出版社出版的《电子商务盈利模式研究（陈月波，2006年）基础上，重新梳理修改、补充完善而成的。

全书共分为20章，前面两章介绍电子商务发展概况和电子商务的基本概念；第三、四两章介绍电子商务主要盈利模式和垂直B2B电子商务的盈利模式分析；第五至第十八章分别介绍博客网站盈利模式、即时通信盈利模式、威客盈利模式、拼客盈利模式、游戏网站盈利模式、淘宝盈利模式、虚拟社区营销、优酷视频网站盈利模式、音乐网站盈利模式、搜索引擎营销模式、阿里巴巴盈利模式、佑康电子商务盈利模式、中香化学网盈利模式、移动电子商务盈利模式等内容；最后两章介绍未来电子商务盈利模式和电子商务发展中面临的问题。

《电子商务盈利模式分析》可作为高校师生教学或者教辅材料，同时也可以作为广大电子商务爱好者的参考书。

<<电子商务盈利模式分析>>

书籍目录

第1章　电子商务发展概况
　第1节　全球电子商务发展概况
　第2节　我国电子商务发展概况
　第3节　我国电子商务发展特点
第2章　电子商务概述
　第1节　电子商务的概念
　第2节　电子商务的组成要素
　第3节　电子商务的分类
　第4节　电子商务的特点
　第5节　电子商务的应用模式
　第6节　电子商务的支付模式
第3章　电子商务主要盈利模式分析
　第1节　电子商务的商业模式
　第2节　B2C电子商务模式
　第3节　B2B电子商务模式
　第4节　c2c电子商务模式
　第5节　B2B、B2C、C2C三种商业模式比较
　第6节　电子商务常见的盈利模式
第4章　垂直电子商务盈利模式分析
　第1节　垂直B2B电子商务概述
　第2节　垂直B2B电子商务的盈利特点
　第3节　垂直电子商务发展中存在的问题
　第4节　垂直电子商务盈利案例分析
第5章　博客网站盈利模式分析
　第1节　博客发展简史
　第2节　博客概述
　第3节　博客的盈利方式
　第4节　博客的营销
　第5节　博客的作用与运营状况
第6章　即时通信盈利模式
　第1节　即时通信(IM)概况
　第2节　即时通信盈利点
　第3节　即时通信的发展
　第4节　腾讯QQ盈利模式分析
　第5节　MSN盈利模式分析
第7章　威客盈利模式分析
　第1节　威客概述
　第2节　威客网站运营模式
　第3节　猪八戒威客网站
　第4节　K68威客网站
　第5节　威客的发展趋势
第8章　拼客盈利模式
　第1节　拼客概述
　第2节　拼客的盈利模式
　第3节　拼玩策划案例：单身狂欢迎圣诞Party

第4节　拼客的发展趋势
第9章　游戏网站盈利模式
第1节　游戏网站概况
第2节　游戏网站分类
第3节　游戏网站盈利模式
第4节　《泡泡堂》的成功模式
第5节　QQ网络游戏
第6节　盛大游戏网站盈利模式分析
第7节　两个著名的网络游戏公司：EA和暴雪娱乐
第8节　网易游戏盈利方式分析
第9节　发展前景与存在的问题
第10章　淘宝盈利模式
第1节　淘宝网概述
第2节　淘宝网的服务及其运作模式
第3节　淘宝网站盈利方式
第4节　淘宝网的成功分析
第5节　淘宝网成功运营的案例
第11章　虚拟社区营销分析
第1节　虚拟社区营销概述
第2节　虚拟社区的特点和功能
第3节　虚拟社区的经营模式
第4节　虚拟社区盈利方式
第5节　人人网盈利模式分析
第6节　西祠胡同和e龙社区分析
第7节　虚拟社区展望
第12章　优酷视频网站盈利模式
第1节　优酷网的概述
第2节　视频网站盈利模式
第3节　优酷网的特色
第13章　音乐网站盈利模式分析
第l节　音乐网站概况
第2节　音乐网站盈利模式
第3节　音乐网站运营状况
第4节　音乐网站盈利模式案例分析
第14章　搜索引擎营销模式分析
第1节　搜索引擎营销发展概况
第2节　搜索引擎营销概述
第3节　搜索引擎营销的特点
第4节　搜索引擎营销的实现过程
第5节　搜索引擎营销的实现方法
第6节　搜索引擎营销的实施步骤
第7节　搜索引擎网站的盈利模式
第15章　阿里巴巴盈利模式分析
第1节　阿里巴巴概况
第2节　阿里巴巴网站及其运营模式
第3节　阿里巴巴中国网站的业务分析
第4节　阿里巴巴商业模式分析

第16章　祐康电子商务盈利模式分析
　第1节　祜康电子商务发展概况
　第2节　祐康电子商务的经营优势
　第3节　祐康电子商务的盈利模式
　第4节　祐康电子商务与浙江金融职业学院的合作
第17章　中香化学网盈利模式分析
　第1节　中香化学网概况
　第2节　以传统业务为基础，开创四流合一的电子商务模式
　第3节　创造“中香”自主品牌
　第4节　中香化学成功的经验
第18章　移动电子商务盈利模式分析
　第1节　移动电子商务概述
　第2节　移动电子商务与传统电子商务比较
　第3节　移动电子商务提供的服务
　第4节　移动电子商务技术及其商业模式
　第5节　移动电子商务的应用
　第6节　移动电子商务盈利模式
　第7节　移动电子商务的安全问题
　第8节　移动广告发展
第19章　未来电子商务模式分析
　第1节　未来电子商务的模式
　第2节　我国电子商务未来发展趋势
第20章　电子商务发展中面临的问题
　第1节　电子商务发展中的法律问题
　第2节　电子商务发展中的税务问题
　第3节　我国电子商务面临的问题

章节摘录

版权页： 插图： （4）博客文章可以方便地增加企业网站的链接数量。
获得其他相关网站的链接是一种常用的网站推广方式，当一个企业网站知名度不高且访问量较低时，往往很难找到有价值的网站给自己链接。
通过自己的博文为本公司的网站做链接则是顺理成章的事情，这样不仅可能为网站带来新的访问量，也增加了网站在搜索引擎排名中的优势，如Google的PR技术就是把一个网站被其他网站链接的数量和质量作为计算其排名的因素之一。
（5）博客可实现低成本的地进行读者行为研究。
当博客内容比较受欢迎时，博客网站也成为与用户交流的场所，有什么问题可以在博文中提出，读者可以发表评论，从而可以了解读者对博文内容的看法，作者也可以回复读者的评论。
当然，也可以在博文中设置在线调查表的链接，便于有兴趣的读者参与调查。
这样扩大了网站上在线调查表的投放范围，同时还可以直接就调查中的问题与读者进行交流，使得在线调查更有交互性，其结果是提高了在线调查的效果，降低了调查研究费用。
（6）博客是建立网站品牌效应的理想途径之一。
作为个人博客，如果想成为某一领域的专家，最好的方法之一就是建立自己的Blog。
如果坚持不懈地写博客，营造的信息资源将会带来可观的访问量，在这些信息资源中，也包括自己收集的各种有价值的文章、网站链接、实用工具等，这些资源为自己持续不断地写作更多的文章提供了很好的帮助，从而形成良性循环。
这种资源的积累实际上并不需要多少投入，但其回报却是可观的。
对企业博客也是同样的道理，只要坚持对某一领域的深度研究，并加强与用户的多层面交流，对于获得用户的品牌认可和忠诚提供了有效的途径。
（7）博客让营销人员从被动的媒体依赖转向自主发布信息。
在传统的营销模式下，企业往往需要依赖媒体来发布企业信息，不仅受到较大局限，而且费用相对较高。
当营销人员拥有自己的博客园地之后，就可以随时发布所有希望发布的信息。
博客的出现，对市场人员营销观念和营销方式带来了重大转变，博客使每个企业、每个人都得到了自由发布信息的权力。
如何有效地利用这一权力为企业营销战略服务，则取决于市场人员的知识背景和对博客营销的应用能力等因素。
让博客发挥营销价值的前提是，到博客网站去注册一个账号，获得自主发布信息的资格。
博客的出现，使人类网络生存方式开始向个人化的精确的目录式方式过渡。
博客是信息时代的知识管理者。
人们的知识与思想不再是封闭的，就像自由软件运动贡献出的是程序的源代码一样，博客们在博客日志中贡献出的是他们思想的源代码。
博客们将工作、生活和学习融为一体，通过博客日志，将日常的思想精华及时记录并发布，使更多的知识工作者能够零距离、零壁垒地汲取这些知识和思想。

编辑推荐

《高职高专电子商务专业规划教材:电子商务盈利模式分析》可作为高校师生教学或者教辅材料，同时也可以作为广大电子商务爱好者的参考书。

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