

<<迪斯尼风暴>>

图书基本信息

书名：<<迪斯尼风暴>>

13位ISBN编号：9787508605579

10位ISBN编号：7508605578

出版时间：2006/01

出版时间：中信

作者：[英] 艾伦·布里曼

页数：234

字数：178000

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>

## <<迪斯尼风暴>>

### 内容概要

2003年，乔治·里泽出版了《麦当劳梦魇》一书，通过对以麦当劳为代表的商业模式鞭辟入里的分析，作者批判了这种商业形式造成的单一化、同质化、非人性化倾向，该书一经出版，即引起广泛关注和讨论，成为以社会学理论研究商业现象的经典之作。

2004年，布里曼推出了《迪斯尼风暴》，这部著作可以看作是《麦当劳梦魇》标志了以麦当劳为代表的全球化商业模式的终结，而《迪斯尼风暴》则宣告了一种新的代表着商业发展未来的商业模式的兴盛，并在《麦当劳梦魇》令人绝望的结论的基础上，为商业世界的未来指出了方向。

两部著作相互呼应，对商业世界并行的两种商业模式进行了精彩的阐述。

这是两部跨界的研究著作，它们的分析和结论不仅会使人文社科读者的爱好者感兴趣，企业界人士更可以从书中受益匪浅。

尤其是在《迪斯尼风暴》中，布里曼精练准确地总结了以迪斯尼主题公园为代表的商业模式的特征和原理，并给出了一种切实可行、卓有成效的商业思维。

每一个有心的企业界人士，都可以发现这些原理巨大的商业价值，将作者总结的这些原理轻而易举地运用到自己的商业运营中去，去建立一个迷人的、激动人心的、与众不同的、高利润的新商业形态。

## <<迪斯尼风暴>>

### 作者简介

艾伦·布里曼，英国社会学家，拉夫堡大学（University of Loughborough）社会调查学教授，世界知名的迪斯尼主题公园和迪斯尼化的研究家。

著有《社会学研究方法》（Social Research Methods）、《商业的研究方法》（Business Research Methods）等书。

<<迪斯尼风暴>>

书籍目录

前言第一章 迪斯尼化第二章 主题化第三章 混合消费第四章 商品化第五章 表演性劳动第六章 控制和监督第七章 迪斯尼化的意义

## &lt;&lt;迪斯尼风暴&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘尽管迪斯尼化这个词偶尔也会被用在像拉斯韦加斯的传单这样的语境中，但它的内涵和寓意似乎比迪斯尼模式化要少。

因此，它似乎更像是一张白板，我可以自由地把我的特殊观点(也就是将这个词解释为迪斯尼主题公园原理的传播)刻在上面。

另外，尽管沃伦是个罕见的例外。

，但总的来说，对迪斯尼模式化的那些讨论很少探究表面特征所揭露出的内在原理，也不太涉及与迪斯尼在更广泛的文化范畴中的影响相关的那些更广泛的问题，而是集中于迪斯尼对童话故事等特殊内容的影响。

在本书中，我试图说明迪斯尼化与上文所说的四个基本原理相关。

也就是说，迪斯尼化与迪斯尼主题公园的特征渗透进当今经济和消费文化的成千上万种方式有关。

我也会指出，迪斯尼和它的主题公园经常被当成参考对象。

沃尔夫观察到，每个人都希望他们的品牌像迪斯尼的品牌。

评论家们也表达了他们对迪斯尼产品协合作用的欣赏。

我们可以明显看出，迪斯尼特别是迪斯尼的主题公园提供了一种被服务部门竞相追随的楷模。

因此，尽管我在本书中有时也会提到沃尔特在规划迪斯尼时如何利用了已经存在的趋势或特征，但同样毫无疑问的是，迪斯尼主题公园本身也被许多人模仿了。

注意结构性迪斯尼化和转移性迪斯尼化的区别也许是有意义的。

前者是一系列以迪斯尼主题公园为代表的潜在变化；而后者是指与迪斯尼主题公园相关的原理被重新运用在了其他领域，比如一家大型购物中心。

因此，迪斯尼化的传播中也许存在两种独立的过程：第一，社会发生了几种以迪斯尼主题公园为代表的变化；第二，迪斯尼主题公园的成功使它的许多成分可以(而且经常)被复制和移植。

麦当劳化就它的基本原理来说也存在类似的区别，但这超出了本书的范围。

在实践中，有可能很难分清具体的迪斯尼化过程是结构性的还是转移性的，但区分两者还是有益的，因为这会让我们牢记迪斯尼主题公园本身也是经常被模仿的。

P18-19

## <<迪斯尼风暴>>

### 媒体关注与评论

书评迪斯尼化可以说是现代商业社会发展模式和趋势的一个隐喻，它是一面我们据以看清现代社会本质的透镜，也是思考与消费和全球化有关的种种问题的一种方式，它的特征体现在：主题化。通过提供一种能淡化经济交易感的主题体验吸引消费者，提高他们购买商品的可能性。

混合消费。

结合了多种不同的消费方式，为消费者提供尽可能多的消费机会，让他们在消费场所逗留尽可能长的时间。

商品化。

利用迪斯尼品牌和著名卡通形象等优势出售各种各样的商品。

表演性劳动。

职员的工作文化独具特色，有浓重的表演色彩。

表演性劳动以很多方式充当着整个程序的润滑油：它能让原本平凡的商品和服务拥有特色，能表达主题，还能增强顾客购买商品的意向。

## <<迪斯尼风暴>>

### 编辑推荐

迪斯尼化是现代商业社会发展模式和趋势的一个隐喻，它以主题化、混合消费、商品化、表演性劳动为主要特征，常常用激动人心的体验来取代同质性消费的枯燥无味。

本书是2006年独树一帜的商业研究著作，开创了商业文化研究的典范。

作者总结了以迪斯尼主题公园为代表的商业模式的特征和原理，并给出了一种切实可行、卓有成效的商业思维。

通过这种思维，你可以由此建立一个迷人的、激动人心的、与众不同的、高利润的新商业形态。

<<迪斯尼风暴>>

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>