第一图书网, tushu007.com

# <<长尾理论2.0>>

## 图书基本信息

书名：<<长尾理论2.0>>

13位ISBN编号：9787508614977

10位ISBN编号：7508614976

出版时间：2009-5

出版时间：中信出版社

作者：安德森

页数：300

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

## 前言

长尾理论是对实践的深度总结，是信息时代的隆中对。
长尾理论对20/80法则的突破，看似偶然，实际是必然的。
长尾理论在美国市场上观察到这样一个统计规律性：　　在以物理为基础的“短头”经济中，20%的热门产品，带来80%的收入，并且带来100%的利润；而在以知识为基础的“长尾”经济中，20%的热门产品，将集中为10%的热门产品，其中进一步分化为2%的大热门产品和8%的次热门产品。
2%的大热门产品，带来50%的收入和33%的利润；8%的次热门产品，带来25%的收入和33%的利润；剩下的90%长尾产品，

# <<长尾理论2.0>>

## 内容概要

《长尾理论》曾经横扫全球，由此也引发了种种争议。
有人认为长尾在传统行业中是行不通的；有人认为处于长尾末端的公司很难生存。
《长尾理论》作者在这本扩容升级版中回答了这些问题。
关于长尾的论战可以停止了！
在本书中作者全新奉献了“更长的长尾“！
从长尾的由来：为什么长尾是一种必然？
到营销的长尾：口碑长尾实现不可能销售，充分满足读者的求知欲，带领您再次考察长尾的三种力量，重新审视长尾九大法则。
　长尾理论无疑是当代商务人士最为关注的焦点之一。
曾经，克里斯•安德森在《连线》上发表的一篇文章首次探讨了“长尾”问题，现在，这篇文章已经成为当代最有影响力的商业文章之一，而《长尾理论》也以汹涌之势横扫全球。
不论是关于长尾理论的溢美还是论战，都代表了其备受关注的程度。
如今，关于长尾的一切争执都可以停止了！
　《长尾理论2.0》是克里斯•安德森对所有问题最明确的回答。
在此书中，他详细阐释了长尾的精华所在，揭示了长尾现象是如何从工业资本主义原动力——规模经济与范围经济——的矛盾中产生出来的。
长尾现象虽然是明显的互联网现象，但其商务逻辑本身，却是从工业经济中自然而然“长”出来的，网络只是把酝酿了几十年的供应链革命的诸多要素简单地结合在一起了。
同时，长尾理论转化为行动，最有力、最可操作的就是营销长尾，通过口碑营销，长尾理论将在不可能情况下实现销售。
所有的行业都有无限多样化的顾客。
品种多样化趋势推动了从机构到个人的权利转移，在这一过程中控制着网络对话的人不是营销人员，而是用户。
营销长尾带来了可信任的、真实的、自然发展的、自下而上的、基层民众的意见，并最终影响到21世纪消费者的行为。
　建议所有的商务人士都仔细研读这本“杰出而又及时的著作”。
长尾理论是众多企业成功的不二法门，它将改变企业营销与生产的思维，带动新一波商业势力的消长。
而长尾理论的影响不仅限于企业战略，也将左右人们的品位与价值判断。
大众文化不再万夫莫敌，小众文化也将有越来越多的拥护者。
唯有充分利用长尾理论的人，才能在未来呼风唤雨。

## 作者简介

克里斯•安德森，自2001年起担任美国《连线》杂志（Wired）总编辑。
在他的领导之下，《连线》杂志五度获得“美国国家杂志奖”（National Magazine Award）的提名，并在2005年获得“卓越杂志奖”（General Excellence）金奖。

## 书籍目录

序言第一章 长尾理论 技术正在将大规模市场转化成无数小市场第二章 大热门的兴衰起伏 大一统文化只是例外，不是规则第三章 长尾的三种力量 制造它，传播它，帮助我找到它第四章 新生产者 万不可小视数以百万计的业余生产者第五章 新市场 从头部到长尾第六章 新时尚领军人 如果蚂蚁也有扩音器，它们会说些什么？
第七章 长尾经济学 匮乏世界、丰饶世界与80/20法则的灭亡第八章 短头市场 有限货架的世界第九章 选择的天堂 我们正在进入一个无限选择的时代，而且这是件好事第十章 小领域文化 长尾世界是怎样的？
第十一章 无限的荧屏 电视之后的视频第十二章 娱乐业之外 长尾触角能伸多远？
第十三章 长尾法则 怎样创造一个消费天堂？
尾声：明天的长尾 致谢

## 媒体关注与评论

《长尾理论》这一新版，内容上了一个台阶。
其中第三章对于理解长尾理论具有关键意义。
它显示，新经济不是从天而降的。
小批量多品种的生产方式，从传统经济的内在矛盾中，自然而然发展出来。
它有助于帮助人们理解，新经济正是为解决传统生产方式的矛盾而产生的。
第十五章则由“道”及“术”，将长尾之道落实在可操作的方法和实战之中，使《长尾理论》既是一部悟道之作，又加强了作为操作指南的功能。
——中国社科院信息化研究中心秘书长 《互联网周刊》主编姜奇平 “长尾”的重要特点之一就于它的“可延伸性”。
《大英百科全书》

## 编辑推荐

"1新亮点：长尾的由来：什么使长尾成为可能？
营销的长尾：口碑长尾实现不可能销售　　2全面检验长尾的九大法则：什么在助长长尾的尾巴？
长尾真的无处不在吗？
为什么长尾是一种必然？
再次考察长尾的三种力量：如何在滞销市场中推销产品？
口碑为什么在长尾中如此重要？
口碑长尾统治未来！
3克里斯?安德森为什么要写《长尾理论2.0》？
★头尾不要一刀切，要动态地看待头部和尾部　　★最赚钱的部分仍在头部，处于尾部分的商品可以通过长尾营销进入最赚钱的头部　　★在传统行业中长尾营销一样可以实现　　4赞誉　　同名英文原版书火热销售中：The Long Tail

## 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