

<<长尾理论>>

图书基本信息

书名：<<长尾理论>>

13位ISBN编号：9787802573710

10位ISBN编号：7802573718

出版时间：2012-1

出版时间：经济日报出版社

作者：阳光

页数：129

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>

## &lt;&lt;长尾理论&gt;&gt;

## 前言

人类从诞生的那一刻起，生产与生活便成为他们活动的全部，生生不息。

同时，也产生了思想。

千百年的生产与生活实践，让人类的思想沉淀出了果实，就有了那些大大小小的学说、定律，涉及自然和社会两大科学体系。

这些凝聚人类智慧的学说、定律，闪着灿灿的光芒、经久不衰，反过来指导着人类的生产与生活，引领了人类前进的方向，更推动了社会的发展。

现当代经济学、管理学中，经典的定律已经积累了几十种之多，更有一些经典中的经典。

像博弈理论、机会成本、手表定律、长尾理论、二八法则、彼得原理等等。

其中不乏一些经济学家、管理学家穷其一生研究的结晶，他们中的有些人还因此荣获了诺贝尔相关学科的奖项。

在现实中，定律也确实无处不在地影响着人类的工作和生活。

比如博弈论：工作中，你会和上司博弈，也会和下属博弈，也同样会跟其他相关部门人员博弈；而要开展业务，你更是在和你的客户以及竞争对手博弈。

在生活中，即使是最亲近的家庭成员之间，也避免不了在教育、财产、生活习惯等方面“博弈”一番。

这时，如果你懂得一些博弈论的基本常识，来个声东击西，抑或是以退为进，或许很多看似复杂的问题就迎刃而解了。

再比如机会成本。

毕业后是选择考研还是工作？上市公司是选择把赚取的利润分红还是继续扩大再生产？这都不是一拍脑袋就能决定的。

毕竟有些机会稍纵即逝，如何让自己的利益最大化呢？这就是机会成本所为你解答的。

还有手表定律。

“一只手表能让人知道时间，两只手表反而会使人对时间含糊”，这么简单的一个道理告诉我们。

一个企业中的组织不能同时采用两种不同的方法，不能同时设置两个不同的目标，甚至每一个人不能由两个人同时指挥，否则将使这个企业或者个人无所适从。

坚定地“选我所爱，爱我所选”，就一定能够在不久的将来，有所斩获。

而长尾理论是在互联网出现后，人们对于新的经济现象的一种理论假说，即在互联网带来交易成本大幅降低情形下，传统规模经济中无法实现的按需定制和个性化需求不仅能够得到满足，更会令之前看上去需求量很少的产品，也会有人去生产或购买，并且这些传统规模经济中需求和销量看起来都不高的产品，在虚拟经济中，它们加起来所占据的共同市场份额，却可以和主流产品的市场份额相提并论，甚至远远超过后者。

## <<长尾理论>>

### 内容概要

本书是在互联网出现后，人们对于新的经济现象的一种理论假说。即在互联网带来交易成本大幅降低情形下，传统规模经济中无法实现的按需定制和个性化需求不仅能够得到满足。

更会令之前看上去需求量很少的产品，也会有人去生产或购买，并且这些传统规模经济中需求和销量看起来都不高的产品。

在虚拟经济中。

它们加起来所占据的共同市场份额。

却可以和主流产品的市场份额相提并论，甚至远远超过后者。

这一假说不仅挑战了传统的二八定律。

而且带来了关于一种新商业模式的思考：在一种基于互联网技术的经济活动中，人们的眼光不仅仅只是聚焦在热门产品上，传统商业中处于盈利尾巴的、数目更为庞大的冷门产品，同样构成了一个大市场，而如何把这一

“长尾”转化为新的商业增长力量，正是读者阅读《长尾理论》，为商业界带来的创新思考。

## <<长尾理论>>

### 书籍目录

开卷释义  
长尾理论  
什么是长尾理论  
掩卷明理  
故事中的长尾理论  
草根托起企鹅帝国  
网游的免费经济学  
茶杯里酝酿出的风暴  
你属于哪一个“部落”？  
响当当的现金流长尾  
“Web 2.0总统”  
让消费者参与创新  
一个自我管理的组织创新“村落”  
成也搜索，败也搜索  
你的个人电视台  
创新来自“局外人”  
那些热爱分享的年轻人  
当网络遇到旧书  
一个人的网上城市  
妈妈们的最爱  
拯救数字音乐  
知识圈里的“公厕”  
你不是一个人在战斗  
维基式的创新风暴  
自由人的自由联合  
青睐独立作者的电子书阅读器  
基于文化概念的电子商务  
网游与影视双管齐下  
“二流产品”的一流传奇  
造就无数百万富翁的梦工场  
“制造短缺”的时尚  
充满奇思妙想的公司  
“小葫芦”里的大秘密  
在虚拟世界中寻宝  
触及顾客无边界的网上书店

## &lt;&lt;长尾理论&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：豆瓣网由各种各样的“兴趣小组”构成，以个人为核心，跟每个用户自己的兴趣有关。

它不像门户网站那样去大规模地推动资讯，而是靠每个人自发的拉动。

用户不需要人多势众，但是需要志趣相投，无论高矮胖瘦，白雪巴人，豆瓣帮助你通过你喜爱的东西找到志同道合者，然后通过他们找到更多的好东西。

用相同兴趣作为媒介，把人和人的社会关系真实地搬到网上，也使得豆瓣相对于一般交友网站或者QQ更有针对性，加入“友邻”的往往是不认识但趣味相投的朋友，这比陌生人随意添加要有效和可靠得多。

实际上，豆瓣的豆友们已经在现实生活中组织了各种各样的聚会、活动，豆瓣的SNS已经远远把传统阅读社区抛在了后面。

豆瓣有一个栏目叫“豆瓣九点”，通过用户行为，每天从成千上万的中文博客里找出最值得各类用户阅读的文章，然后分发给他们。

豆瓣并非根据博客的内容，而是根据用户的行为来划分成若干个频道；文化、女性、科技、音乐和电影、更年轻的读者等等。

这样一来，豆瓣就成了一个完全由用户来生产内容的网站，很长一段时间，豆瓣网的工作人员，少到令人惊讶——只有3人，但依靠网民这一长尾，豆瓣网在创立两年之后就拥有了超过18万名注册用户和将近5000个用户小组。

这不能归功于豆瓣独特的内容组织和生产机制，和传统的社区不同，豆瓣从人这样一个全新角度组织了信息（而非关键词）。

对豆瓣而言，其内容形成的起点，是那些主动型的网民所提供的自己所读过的书、看过的电影、听过的音乐的清单，相关评论和博客。

## <<长尾理论>>

### 编辑推荐

《学点经典定律:长尾理论》：长尾理论是互联网出现之后，人们关于“新经济”诸多理论中的一种经济模型构想。

<<长尾理论>>

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>