

<<信息规则>>

内容概要

这是一本由理论高手诠释的网络经济的书，互联网会带来一些新的经济现象，夏皮罗和瓦里安捕捉到了这些现象并引进了新的分析框架，读来特别引人入胜。我相信此书中译本的出版对于我们理解这个飞速变化着的世界会有深远的意义。

<<信息规则>>

书籍目录

第一章 信息经济信息技术政策我们的不同之处第二章 信息定价生产信息的成本成本和竞争差别定价把你的产品个人化了解你的顾客产品定价个人化定价群体定价小结第三章 信息版本划分设计你的产品系列调整价格和质量陷阱——如何躲避它们在线和离线版本多少版本“金凤花式定价”定制浏览器和内容捆绑促销定价小结第四章 版权管理生产和分销成本让更低的分销成本助你一臂之力利用低复制成本历史上的先例条件和条款的选择小结.....

<<信息规则>>

章节摘录

延迟不仅适用于出售信息的公司，它对出售各种服务的公司来说都是一种屡试不爽的策略。联邦快递（Federal Express）并不是以“延迟”闻名的，它提供了两种等级的服务，第一种是优先服务，承诺在早上10点钟之前送到；第二种“次日”服务只保证在第二天某些时候把邮件送到。为了鼓励发件人自我选择，联邦快递会向同一个地址跑两趟，而不是把非优先的邮件在10点钟之前送达。

他们很正确地意识到，为“普通”包裹提供优先服务会减少优先服务的价值。

与之类似，据说美国邮局为了从其优先的隔夜送达服务——特快专递中赚取更多的钱，故意降低了一级服务的速度。

同样的，信息提供者可以为提早送达信息而收取溢价。

比如，PAWWS金融网络公司提供证券组合会计系统，它对用有20分钟延迟的指数测量股票价值的服务索取每月8.95美元的费用，顾客每月支付50美元就可以使用实时指数。

我们不知道该公司是如何购买这些指数的，但是对它来说，合理的选择是购买实时指数，立即向高费用的顾客发送，然后延迟20分钟再把同样的指数向低费用的顾客发送。

PAWWS愿意承担因延迟而带来的额外费用，让顾客自我选择——正如联邦快递每天跑两趟而不是一次送达一样。

用户界面 另一种可能的方法是为付费高的顾客提供更强的搜索能力。

向有经验的和没有经验的顾客提供不同的搜索界面常常是合理的。

在大多数情况下，有经验的顾客更愿意付钱；他们是首先登记来购买信息的顾客，并且通常对信息使用最频繁。

在这种情况下，为付费高的顾客提供更精确的搜索能力是有道理的——即使更精确的搜索能力与增量成本无关。

聪明的用户界面的好处之一就是为更有经验的顾客提供更精细的界面。

偶然使用者通常喜欢简洁的界面，而高级用户可以处理更多的功能。

这使搜索界面成了一个理想的划分版本的依据。

（并且，我们在第五章中也见到，一个简单的用户界面使顾客在开始使用你的产品时更容易上手；过一段时间，更复杂、更个人化的界面可以使这些顾客难以放弃你的产品去投奔你的竞争对手。

） Knight—Ridder公司对其网上数据库也采用了这种策略。

一种产品DialogWeb，是为“信息专业人员、网上搜索者、研究人员和其他专业人员”提供的。

另一种更便宜但是功能没有那么强的产品DataStar，提供了Dialog数据库的一个子集，用户界面也简单得多。

DataStar的广告是“不需要任何训练”，这对非专业人士来说非常具有吸引力。

但是DataStar缺乏Dialog那种完整的功能，这使它对专业人士不具有什么吸引力。

通过对不同的用户界面进行产品的版本划分，Knight—Ridder可以把它的数据库对用户的价值最大化，同时为自己争取到最大的利益。

方便 一种与延迟紧密相关的版本划分策略就是通过对一项信息服务的使用时间和地点进行限制，控制它的方便程度。

在网络普及之前，Dialog曾经提供过只能在下午五点之后使用的夜间Dialog。

录像带出租店现在提供隔夜、两天和五天的出租。

我们将在第四章详细讨论的Divx提供了一种DVD，只能在特定的48小时之内观看。

公司也可以对地点而不是对时间进行限制。

比如，一些在线的数据库供应商提供了一种图书馆授权，允许在图书馆内阅读的人不受限制地使用，而身处图书馆之外的读者在使用时就要受到限制。

网上有一个照片库。

专业用户需要高分辨率的，可以打印在商业杂志上的图像；非专业用户需要中等或低分辨率的图像作为时事通讯。

<<信息规则>>

PhotoDisk以不同的价格出售不同大小的图像；在我们写本章的时候，它以19.95美元出售600K图像，以49.95美元的价格出售10兆的图像。

它的在线目录提供极小的“压缩图像”，潜在的购买者可以预览。

用户以低分辨率版本作为指南选择了图像之后，就可以根据需要下载中等或高分辨率的版本。

操作速度 在销售软件时，一个普遍的策略就是售出功能不同的版本。

W01. Fram公司出售thematica——一种专门进行符号、图形和数字运算的计算机程序。

在某一段时间，Mathematica学生版的浮点运算功能被取消，减慢了数学和图形的运算。

为了实施这种策略，Wolfram公司不得不花额外的成本在软件包里加入一个浮点库——虽然加入了浮点库的软件包的售价低得多。

同样的策略在硬件行业中也是屡见不鲜。

IBM的E型激光打印机在功能上和标准的激光打印机是完全相同的，但是每分钟只能打五页纸而不是十页。

一家著名的计算机设备消费者测试实验室发现速度的不同原来是由于一块芯片，它插入了一段等待时间以降低速度！为什么IBM故意降低它的打印机的性能呢？公司经理认识到如果他们把E型的性能做得太好，就会减少F型的销量。

通过对他们的产品进行版本划分，他们可以以颇具吸引力的价格向家庭和办公室市场出售，而不会吞噬他们的专业型产品的市场。

英特尔对它的386SX芯片采用了同样的策略，它在芯片中加入了一个完整的数学协助处理器，然后又使它失效。

这样英特尔就可以以低价向那些不需要浮点运算的人出售，而仍然保持对可以进行数学运算的中央处理器(CPU)的高价。

使用的灵活性 对信息进行版本划分的另一个重要方面就是储存、复制或打印信息的能力。

在写保护软件盛行的时候，一些软件公司(如Borland)出售两种版本的软件——一种低价、但不可拷贝的版本和一种高价的、没有写保护的版本。

容量 表3.1列出了Kurzweil——一家生产声音识别产品的软件开发商——的产品系列。

产品是根据总词汇量和专业词库来划分的。

请注意产品价格的显著不同：为外科医生准备的高端软件比入门软件贵100倍！Kurzweil正确地认识到不同的市场部分有不同的需求——高端的用户愿意为增强的功能付很多钱。

特征和功能 本章开头处讨论过的Intuit对Quicken的版本划分就是一个利用产品的特征集合对市场进行细分的例子。

Qdicken Deluxe(豪华版)提供了对高级用户极有价值的共同基金探测器、抵押计算器、保险需求估测器和其他特征。

这种软件的初级版只提供了一个核心的支票簿软件。

Intuit在TurboTax上采用了同样的策略，同时出售初级版和豪华版。

.....

<<信息规则>>

媒体关注与评论

作者序 写这本书是命运的安排。

我们之所以成为经济学家，是因为我们想运用自己所受的分析训练来更好地理解社会的功能。幸运的是，当我们开始职业生涯时，信息经济学、技术变革、博弈论和竞争战略正在蓬勃发展。我们加入了这一潮流，在这些领域中奉献了自己的才能。

我们从来没有想到，二十年之后我们会置身于一场信息革命之中。

我们一开始从事的是学术活动，重心在研究和出版上；逐渐地我们开始四处演讲、咨询、提供专家证明、为政府服务，甚至还当上了院长。

在与学术界之外的人接触时，我们时常听人抱怨说经济学在今天的经济中已经没有很大的作用了。

一开始，我们感到很纳闷儿，因为这些抱怨经常来自向我们咨询建议的人。

然后我们恍然大悟：他们抱怨的是大多数人在学校学习的古典经济学，它的核心是供给需求曲线和像农产品市场这样的完全竞争市场。

我们必须承认：对一个负责促销新软件或杂志网络版的经理来说，供给需求曲线是没什么用的。

但是我们知道经济学领域中很大一部分工作是直接针对当今的信息经济的。

我们终于意识到我们的客户和朋友们都在渴求关于我们和同行们多年来一直写作的各种论题的知识。

他们想知道如何针对不同的顾客群定价，如何为信息产品设计产品系列，如何管理知识产权。

他们想知道如何保护自己不受锁定（Lock—in）的危害，并在可能的时候利用锁定。

我们发现软件市场的风云变幻极为有趣：为什么一家公司在一段时间内占统治地位，不久就被新的领导者所取代？

我们越来越多地关注反垄断法在信息经济中的应用，我们中的一位还当上了司法部反垄断署的首席经济学家。

简而言之，我们运气不错：人们真的想知道并且应用我们选择的领域的研究成果。

同时，我们一直在听人说我们生活在“新经济”中。

言下之意就是我们还需要一个新经济学，一套用以指导商业策略和公共政策的新理论。

但是我们说，别着急，你读过关于差别定价（differential pricing）、捆绑（bundling）、价格信号（signaling）、授权（licensing）、锁定（Lock—in）或网络经济学的文章吗？你研究过电话系统的历史或IBM与司法部的大战吗？我们认为：你并不需要一个全新的经济学，你只需要见识一些真正出色的东西、一些你在学习经济学时没有学到的知识。

这就是我们写这本书的目的。

我们的目标是，运用网络经济中的经济学知识，从经济研究和我们自己的经验中提取出适合信息相关产业的经理们的知识。

我们相信本书描述的思想、概念、模型和思考方法会帮助你作出更好的决策。

我们也相信本书的论证在今后几年内一直都会对你有帮助。

虽然技术在不断地进步，但是我们所依据的经济理论是可以持续的。

案例会改变，但是思想是不会过时的。

当然，我们并不是说我们对一切都了如指掌。

大多数时候商业决策要具体情况具体分析。

我们只是帮助你找出应该根据什么情况进行决策。

要理解这一点，最好的方法是找出一个分析因果的框架。

如果你有机会作出更合理、更有效的决策。

我们的几位朋友和同事为这本书提出了有价值的意见。

我们要特别感谢Erik Brynjolfsson, Randy Katz, David Messerschmitt, John Miller, Andrew Odlysko, Sherman Shapiro, Deepak Somaya, Doug Tygar和Robert Wilensky, 感谢他们的宝贵建议。

最后，我们要感谢我们的妻子和孩子，感谢你们在整个项目中的耐心和支持。

<<信息规则>>

编辑推荐

这本由中国人民大学出版社出版的《信息规则 网络经济的策略指导》一书是一本解释网络经济学的书，展示了经济规律在互联网时代的多方面用途，是新世纪商业经济中每个人不得不读的好书。

<<信息规则>>

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>