第一图书网, tushu007.com

<<本质II>>

图书基本信息

书名：<<本质II>>

13位ISBN编号：9787506038713

10位ISBN编号：7506038714

出版时间：2007-5

出版时间：东方出版社

作者：郎咸平

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

郎咸平认为，我们这个经济体系本身有几个严重的问题城要解决，其中之一是认不清行业本质。企业三大要素——资金、技术、人才，必须服从于一个针对“行业本质”的战略指导思想。

他举例指出，若将敏感多变的观众口味喻作幻想神经，那么，我们会发现，其实电影行业的本质在于，要懂得如何准确刺中观众的幻想神经。

永利酒店在拉斯维加斯不断且急速成长，原因则是永利牢牢地抓住了酒店式赌场的行业本质——享受。

而“分众传媒”在发展初期借以成功崛起的两条户外广告媒体的行业本质——“‘分’开受众”和“利用受众的‘无聊’时间”。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

郎咸平：美国沃顿商学院博士。
曾任沃顿商学院、密歇根州立大学、俄亥俄州立大学、纽约大学和芝加哥大学教授，现任香港中文大学教授。
被公认为公司治理的顶级专家。
著作有《公司的秘密》、《热点的背后》、《金融超限战》、《谁在谋杀中国经济》和《谁在拯救中国经济》等。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

总序
前言
企业家所面临的第一个冲击——自由经济的滥觞“饿狼现象”的冲击，《美丽心灵》结局的启示
企业家所面临的第二个冲击——国际化的冲击，外资洪水猛于兽，游戏规则亟待法治化
企业家所面临的第三个冲击——高风险的冲击，“因为成功的原因只有一个，而失败的原因有很多”
企业家所面临的第四个冲击——认不清行业本质的冲击，“企业三大要素，资金、技术、人才必须服从于一个针对‘行业本质’的战略指导思想”
第一章 电影行业的本质——刺中幻想的神经
引言
一、狮门的公司背景
二、行业本质
(一)电影的存在意义
1. “9?11”事件与《蜘蛛侠》
2. 《蜘蛛侠》中的平民形象
(二)刺中观众的幻想神经
1. 《泰坦尼克号》对比《珍珠港》
2. 《泰坦尼克号》的成功
3. 《珍珠港》的失败
4. 小结
三、公司策略一：偏门题材
(一)不走主流的原因
1. 大制作的主流电影
2. 小制作的主流题材电影
(二)人类的禁忌思想
1. 潜意识
2. 禁忌的产生
3. 禁忌的电影
(三)狮门的禁忌电影
1. 血腥题材：《电锯惊魂》
2. 毒品题材：《梦之安魂曲》
3. 政治争议题材：《华氏911》
4. 种族歧视题材：《撞车》
(四)同业比较——“梦工厂”的例子
1. “梦工厂”的背景
2. “梦工厂”的成功
3. “梦工厂”赚或赔
4. “梦工厂”的失败
四、公司策略二：开拓家庭影碟市场
(一)家庭影碟的重要性
1. 自己选择
2. 随时随地
(二)多样化的映画储存库
(三)长尾理论
(四)同业比较
五、前瞻

(一)业务回顾
(二)发展方向
结论
第二章 赌博行业的本质——提供优质的享受环境及服务
引言
一、永利的对手
二、行业本质
……
第三章 电梯中难以延续的广告传奇——分众的崛起
后记

章节摘录

版权页：插图：（二）分众核心理念二：利用受众“无聊”人们在可支配的空闲时间里，可以选择各种各样的活动，例如看电视、玩电子游戏、去郊游、去酒吧、看书、开Party、睡觉……在家看电视是一部分人较为通常的选择，但绝不是他们唯一的选择；而即使一些人因为在家无聊，又不想出门而选择看电视，他们也是为了收看丰富多彩的电视节目，比如新闻或是电视剧……绝对没有人会专门为了收看广告而看电视。
电视节目必须有趣，人们才会将它作为业余活动的首选，也才有可能在收看节目的间隙看广告。
但是，国内一般家庭能收到四五十个频道，而常人都知道，如果这台播上广告了，换个台，节目一样精彩！
观众可以随时享受各个频道的节目当然是好事，但这对广告商而言就绝不是件好事了，可以说，在广告商眼里，电视节目本身，反倒成了对广告的一种干扰。
有统计表明，广告被收看的机会，仅仅是节目内容的35%！
电视节目有趣，人们才会选择看电视，但当很多电视台的节目都有趣的时候，就没人会看广告了……电视广告所处的这种境遇未免有些尴尬。
那么，分众是选择什么样的方式来回避这一问题的呢？
1.第一步：制造“无聊”的环境我们想想看，人们每天上班、下班，总要坐电梯。
等电梯和坐电梯时，狭小的空间内人多拥挤，人们既不愿面面相觑，又不能大声谈笑，而闭目养神又嫌时间太短……这个时候，人们既不能离开又无事可做，可谓是无聊至极。
而分众放置在电梯按钮上方的广告屏幕就给人们带来了一个可以避免尴尬的视觉焦点，从而迎合了等电梯人们的心理需要，解决了人们无聊的问题。
更何况，人们在等电梯时，想不看分众广告都不行，只要睁着眼，面前就是分众的液晶屏幕，就算闭着眼。
也会听到分众广告的声音……所以说，分众的商务楼宇电梯广告根本就是强制性的，人们除非不坐电梯，否则想躲也躲不掉。

编辑推荐

《本质2(案例点评)(修订版):以小博大凭什么成功》打开娱乐传媒业以小博大的答案，郎咸平经典案例作品修订版。

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