

<<中国式众包>>

图书基本信息

书名：<<中国式众包>>

13位ISBN编号：9787030319852

10位ISBN编号：7030319850

出版时间：2011-9

出版时间：科学出版社

作者：李燕，陈晓华 著

页数：209

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>

<<中国式众包>>

内容概要

本书是国内第一本讲解中国式众包的集理论与案例为一体的论著，适合企业家、创业者以及经济研究方面的专家学者及相关人士阅读。

全书共12章，大众智慧日益凸显商业价值、远远绕道而行的行业开拓者、中国式众包——威客、威客模式的经济学解读、新的商机、让所有人都成为你的员工、威客营销掀起市场营销革命、威客模式放大“微内容”的生产与消费、“微创意”、威客模式公平竞争机制下人才百花齐放、大众智慧服务政府、中国威客走出国门。

本书图文并茂、讲解生动有趣，使读者在阅读的过程中能够更加全面地了解中国式众包发生和发展的过程。

<<中国式众包>>

作者简介

李燕
四川大学文学与新闻学院博士，西南大学教师。
作者首次对国内众包市场进行了较为细致深入的研究，将严谨的学术与生动的案例相结合，使本书同时兼具了一定的学术性和可读性。

陈晓华 互联网媒介从业者，文学学士，曾任某财经杂志副主编，《威客力》副主编，长期关注互联网新兴商业模式。

<<中国式众包>>

书籍目录

- 1章 大众智慧日益凸显商业价值
 - 创意需求爆发 催生众包模式
 - 杰夫·豪在《连线》杂志提出众包概念
 - 宝洁：联系与发展
- 2章 远远绕道而行的行业开拓者
 - 服务的易趣——eLance
 - IBM创意梦工厂
 - 百事焕新项目
 - InnoCentive：一个专注研发的供求平台
- 3章 中国式众包—威客
 - 刘锋和中国威客
 - 另外一个猪八戒的故事
 - 用心创造客户价值
 - 塑造完美的“客户体验”
 - 威客江湖谁与争锋
- 4章 威客模式的经济学解读
 - 众包(威客)产生的经济学基础：成本最优
 - 一个自由定价的市场
 - 5000元轻松搞定品牌全套VI
 - 一条龙服务
 - 悬赏、招标、雇佣，中国式众包的三种交易方式
- 5章 新的商机
 - 威客模式衍生新商业机会
 - 没有设计师的设计公司
- 6章 让所有人都成为你的员工
 - 众包模式改善无边界组织
 - 明日科技——威客振兴国产动漫
 - 金山软件——专业软件公司向威客索取WPS插件
 - 正保远程——美国上市公司向中国威客寻求创意
 - 更多企业
 - 医院
 - 学校
 - 媒体
- 7章 威客营销掀起市场营销革命
 - 威客营销
 - 2000元+威客营销=120万
 - 6000元做推广增新会员14万
 - 正在爆发的营销革命——威客营销
 - 网络营销的困局
 - 市场营销蓝海——创意营销
 - 中国威客网站的创意营销
- 8章 威客模式放大“微内容”的生产与消费
 - 互联网上“微内容”的生产与消费
 - 威客网上征集高考志愿
 - 高考诗词征集

<<中国式众包>>

婆婆征集抱孙妙语

为“一座叫春的城市”正名

互联网上演情感剧场

粉丝的心愿

9章 “微创意”

“微创意”交易所

创意梦工厂

从IPO到CPO

10章 威客模式公平竞争机制下人才百花齐放

人才蓄水库

初中生年赚12万

北大学生日入3000元

南京大学博士当威客1月无收入

11章 大众智慧服务政府

渝中区打造中国第一个创意半岛

两江新区重磅出击

黔江区虽处山区腹地却善用全球智慧

徐圩新区征集logo天收到1000个方案

12章 中国威客走出国门

郭博士的39个任务

全球交易的影响因素

<<中国式众包>>

章节摘录

版权页：插图：英语主持人朱珠反将一军，“你给你喜欢的女孩子写情书，会给13亿人看吗？”

而叶茂中则认为此想法十分浪漫：“你小子我第一眼就觉得，你这个人浪漫到骨子里的人。”

二号则推出了自创的“快乐识字法”——用快乐想象法，从字形到字义帮助孩子记忆汉字。

这个创意得到了评委叶茂中的认可：“我觉得教育部应该从明天开始就推广这个识字法！”

三号创意达人则想建一个特别的“小偷商店”——让人实现“偷”的愿望，从而轻松生活，轻松工作。

朱珠对这个创意很感兴趣，还补充建议说：“我觉得你这个商店可以准备一些假警察，不然偷东西就等于拿，没有偷偷摸摸的感觉。”

叶茂中则认为这个创意深具“人性的洞察，看似是对恶的释放，实际却是真善美的体现，所以看上去他的创意是恶的，但是他最后实现的价值是美的。”

而这一期节目最终的大奖获得者是26岁的长沙妹子龙起凤，她用一句11个字的雀巢咖啡广告语——

“用一杯咖啡的时间来想你”赢得了主办方悬赏的10万元轿车大奖，正好印证了中国一句古老的谚语“一字千金”。

这位暨南大学在读古典文学研究生的脱颖而出也决非偶然，此前她曾因策划获得18000多元赏金，是一名“策划专业户”，人称“龙姐”。

<<中国式众包>>

媒体关注与评论

马斯洛认为人们满足了社交需求后，必然会追求自我价值的实现。

Facebook之后的互联网热点在哪里？

我坚信就是威客模式的运用，因为它不仅帮助互联网用户用智慧创造财富，同时也让威客们得到了自我价值的实现。

——中国科学院虚拟经济与数据科学研究中心客座研究员 威客理论与互联网进化论创始人 刘锋
众包模式的兴起，在中国制造向中国创造转型的过程中，至少将提供上千亿元的市场蛋糕。而更为重要的是，这种用互联网整合大量脑力劳动者进行群体创意的方式为企业研发提供了一种跨越时空的新模式。

——中国企业报正如杰夫·豪所言，众包和威客根植于一个平等主义原则：每个人都拥有在别人看来很有价值的知识或才华。

每个人都拥有自己的特质，每个人都处在众包的中心。

——猪八戒网CEO朱明跃

<<中国式众包>>

编辑推荐

《中国式众包:威客智慧的商业价值》是国内第一本讲解中国式众包的集理论与案例为一体的论著,全书图文并茂、讲解生动有趣,读者在阅读的过程中能够全面地了解中国式众包发生和发展的过程。

《中国式众包:威客智慧的商业价值》适合企业家、创业者以及经济研究方面的专家学者及相关人士阅读。

《中国式众包:威客智慧的商业价值》编写目的就是带领读者去深入了解众包理论在中国的发展和应用,并思考这种模式与其它行业或产业结合的可能并加以运用,由此推动企业自身的发展。

<<中国式众包>>

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>