

<<豆瓣，流行的秘密>>

图书基本信息

书名：<<豆瓣，流行的秘密>>

13位ISBN编号：9787111270690

10位ISBN编号：711127069X

出版时间：2009-9

出版时间：机械工业出版社

作者：黄修源

页数：140

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>

<<豆瓣, 流行的秘密>>

前言

2008年的某天,两个学生来豆瓣的办公室拜访,那会儿我们还在北京798艺术区里的一栋楼里,常有豆瓣的用户在逛完798后或特意或无意地找到这里,参观和朝圣,或者坐下来聊聊,对此我已经习以为常,其中一位男生在一年后成了豆瓣团队的一员,新人入职引荐时,我完全忘记见过他,又将近一年后,修源已经离职自己创业,他的毕业论文衍生成了这《豆瓣,流行的秘密》,因缘际会,嘱我作序,学习传播学或者一直关注网络营销的人,大抵都看过这两年流行的几《豆瓣,流行的秘密》,诸如《引爆流行》,《引爆点》,《世界是平的》乃至《长尾理论》等,修源的这本小书,基本上阐述的也是上述这些书的观点,但它更简洁明了——只关注“流行”的成因,并且通过当前身边最新也最本地化的例子(例如电影《海角七号》的营销造势)来印证他的观点:诸多“流行”,都遵循“创新型曲线”的规律,如果你对网络传播有点好奇但不太了解,《豆瓣,流行的秘密》是个极好的引导,提及豆瓣网(douban.com),常常有这样几个标签,比如Web2.0,长尾……的确,豆瓣向众人昭示了长尾的力量,“长尾”这条曲线,可视作豆瓣的特征之一,通过观察与归纳豆瓣网四年来的用户增长情况,修源发现豆瓣的用户增长,一直遵循另外一条曲线——创新型曲线的规律,由此,他揭开了“创新型曲线”的面纱,长驱直入,通过分析SARS病毒的传播,Hi-PDA论坛的成长,iPod,自己的电子杂志创业经历,《海角7号》的营销与流行这几个案例,极为形像化地阐释了“创新型曲线”的几个重要阶段,而“流行”的秘密,此刻也就水落石出了,书名《豆瓣,流行的秘密》,其实重点在“流行”,豆瓣只是它的引子,案例新鲜生动,理论阐述得通俗易懂,是《豆瓣,流行的秘密》的优点,除此之外,我更欣赏的是修源的洞察力,他并不止于就案例谈案例,而是思考得更深,比如他不满意安德森对“长尾理论”成因的解释,他说:仔细深入思考长尾理论的时候,我发现,要造成长长的长尾,那么必须需要有人有需求,不停的个性化的需求最终造成了长长的长尾,我们还是从有限的产品中进行选择,而不是从一条漫无目的的长尾中进行选择,我们多样化的选择制造了长长的长尾,而不是因为长尾制造了我们多样化的选择,但是为什么大家会有这样那样的选择呢?还是因为“信息的流动”,我们每个人能接触到的信息都足够多,才最终可能进行多样化的选择,在读完修源这《豆瓣,流行的秘密》之前,我一直不太理解,他为何会选择创业,除了天生的创业热情,我实在找不到动机,从他blog里能感受到他一直顶着极大的压力,这和所有创业者一样,但不同的是他比大多数创业者更年轻,究竟是什么促使他做这样的选择呢?

我好像在书里找到了部分答案:我发现,很多市场出现先行者的时候,他们都或多或少地赚取了不少利润,于是更多人开始进入,于是,竞争加剧,如果你没有非常出色得让别人选择你而不是别的公司的时候,这样的事情看起来就会变得不美好,如果你属于迟缓者的话,那么你进入这个市场竞争的胜算就会低很多,在第一次电子杂志创业失败后,他选择了番茄树正品鞋专卖(fanqieshu.com),也遵循了书里提到的“流行的秘密”第二个条件——基于大众市场的定位,而他能顶着巨大压力坚持下来,也因为他清晰地认识到并深深地相信:当你的用户积累到某个点时候,会有很神奇的现象发生,只是,你要专注于在此之前的营销和推广,无论有多困难,这就是互联网一代,豆瓣网图书运营brant2009年6月8日凌晨于大房子

<<豆瓣，流行的秘密>>

内容概要

本书通过传播学的角度以丰富的示例解析了豆瓣网流行的原因。

本书对于一个网站的创建、运作、经营有着深刻的启示意义。

本书适合网站管理人员、市场营销人员、市场推广人员阅读。

豆瓣网（douban.com）向众人昭示了“流行”的力量。

通过观察与归纳豆瓣网4年来的用户增长情况，作者发现豆瓣的用户增长一直遵循另外一条曲线——创新型曲线的规律。

由此，他揭开了“创新型曲线”的面纱，长驱直入，通过分析SARS病毒的传播、Hi-PDA论坛的成长、iPod、自己的电子杂志创业经历，《海角7号》的营销与流行这几个案例，极为形象化地阐释了“创新型曲线”的几个重要阶段，而“流行”的秘密也就水落石出了。

本书只关注“流行”的成因，并且通过身边最新的本地化的例子来印证作者的观点：诸多“流行”都遵循“创新型曲线”的规律。

如果你对网络传播有点好奇但不太了解，这本书是一个极好的引导。

看了这本书，也许不能让你的产品或网站突然流行起来，但至少，它能让你知道你的产品或网站为什么没能流行起来。

下一次，也许，你也能创造出一个大流行。

<<豆瓣，流行的秘密>>

作者简介

黄修源，毕业于中国传媒大学传播学网络传播专业，曾担任豆瓣网设计师。

个人喜欢很好的设计，Apple全系列，无印良品，或者是三叶草，nike的设计。
家居方面，喜欢简单，白色或者木质的东西。
喜欢各种各样的咖啡和美食。
喜欢《无间道》《秒速5厘米》和《天气预报员》、《

<<豆瓣，流行的秘密>>

书籍目录

序前言感谢引言：为什么你在上豆瓣 一份来自豆瓣的邀请 他们可以再造一个豆瓣 豆瓣四岁了
第1章 豆瓣，发现你身边最适合你的 未知事物 从第1个用户到第250万用户 第10个用户 第100个用户 第1000个用户 第10000个用户 第100000个用户 豆瓣的200万用户第2章 一条美妙的曲线
Scallet的传播课 真的有这条曲线么 为我们尊敬的医务工作者致敬第3章 S曲线的经典解释 只有10个会广泛传播 艾奥瓦州75%的农民都种植杂交玉米 罗杰斯的创新扩散理论 5种不同的人群你是哪一种呢 从另外一个角度看世界第4章 创造流行的四个条件 创造流行的第一个条件—传播者 创造流行的第二个条件——基于大众市场 创造流行的第三个条件——它为什么流行 创造流行的第四个条件——引爆点效应第5章 互联网的真相 小时候的梦想 那么，我们曾经用过哪些过滤器呢 互联网的两类应用第6章 “印度已经成为世界商业的中心了 为什么世界是平的 什么造成了长尾原理第7章 为什么世界变平了 世界变平之前 世界在变平的前夜 世界变平了第8章 为什么造成了长长的长尾 为什么长尾理论不会出现在沃尔玛中 哦，大家是这样想的第9章 疑惑和弊端 我不需要那么多信息 五色令人目盲第10章 最后致意 创建一个比YouTube更伟大的视频分享网站 倒房子亏了几千块钱

章节摘录

2007年9月底，su27在MSN上告诉我说豆瓣刚好缺少一个前端工程师，问我有没有兴趣去面试。要知道，这份邀请是来自干豆瓣网——一个在国内如此有名的网站。

在此之前，我曾经去豆瓣面试过一次，但是那次因为各种原因我并没有通过，虽然su27面试我的时候，我们交谈了很多关于类似圆角怎么写，cSS hack这样的问题，而这些都是我自己经常写网站的时候用的东西，所以回答得还比较顺利。

而在此之前我和一个朋友写了一个网站——俺自己电子杂志分享平台，也是类似一个Web 2.0的网络服务。

但最终还是没能通过。

再一次接到豆瓣的邀请的时候，我当时就在Gtalk上对su27表示肯定要去。

因为进入一家拥有如此多数量的受众的网站，你所写的任何一个小东西都可能被数百万的人使用，这是一件非常让人兴奋的事。

面试在豆瓣的办公室进行，环境非常loft，玻璃做的墙，让整个豆瓣的办公室都很明亮。

我在那里等面试者，先是设计部门的Tony，穿着牛仔裤和衬衣，典型的IT工作者的服装。

他也是后来带我的设计师，我们谈了一些关于uE设计的看法，然后我给Fony看了我的博客，一个简单的小博客，Tony想了想，对着屏幕给我提了几个小意见，我在回去的路上仔细想了一会这些意见，的确是自己一直以来没有注意到的小问题，回家以后马上打开电脑改掉了。

然后面试我的人开始多了起来，su27进来聊了一会，然后是产品部门的贝妮，接着是程序部门的老耿，人事部门的Amelie，面试结束的时候，我才发现已经过去2个多小时了。

不过豆瓣也是我第一次面试的公司，而在那以后到现在为止，我都没有再去另外一家公司面试过，因此我也不知道我这次面试的时间算不算很长。

<<豆瓣,流行的秘密>>

媒体关注与评论

看了这《豆瓣,流行的秘密》,也许不能让你的产品或网站突然流行起来,但至少,它能让你知道你的产品或网站为什么没能流行起来。

下一次,也许,你也能创造出一个大流行。

——徐湘涛 篱笆网首席运营官 在一个碎片化的社会里,豆瓣是如何成为一个引爆流行的特例的?

这《豆瓣,流行的秘密》从各个角度深入透析了豆瓣流行的秘密。

——毛心宇 译言网 商务总监 这《豆瓣,流行的秘密》用一根简单的线条勾画出了数字时代传播的方式,书中细致地描述了流行的缔造者们是在用怎样一种方式引导着大众的注意力走向。非常有趣。

——孙胜 豆瓣网 产品经理 豆瓣,日常食品,常以罐装,貌不惊人,亮相超市、街边店;不可作正餐之调料,却为上乘简餐之佐料。

食之有味,回味有余香。

突然成为网上时髦产品,戒不掉,理还乱。

惑。

展卷此书,如清晨油条豆浆,就着豆瓣,一切清新。

——瘦马 《男人装》执行出版人、主编;《罗博报告》执行出版人、主编 我是豆瓣的忠实用户,无论职业上还是阅读观影生活中,豆瓣都给了我不少帮助。

豆瓣为什么会成功,这《豆瓣,流行的秘密》给我提供了一个有力的解释。

——张晓波 新京报《书评周刊》编辑 作为调味品,豆瓣,后面总会紧跟一个酱字,称豆瓣酱。

如果没有酱,就是豆子去了皮后可分开的子叶,然食之无味,加了酱,则五味俱全,为古人的发明。

如今,“豆瓣”成了流行语。

因为一瓶burberry最新香水;一部奥斯卡最新影片;一张劲爆的雷人照片,一本隐藏秘密的书,尽在“豆瓣”,你想尝尝流行的调味品吗?

《豆瓣,流行的秘密》帮您解开密码。

——蔡震 《扬子晚报》文化新闻部首席编辑、画家、作家 人以类聚,物以群分,豆瓣让我们在互联网上总是能够找到一些臭味相投的朋友,豆瓣身上具有很多热热闹闹的交友网站所不具备的优雅和情调,也正因为如此,抱着分享秘密而不仅仅是成功经验的心情阅读这本《豆瓣,流行的秘密》,会使你对豆瓣更亲切,也同时在人生和商业上获得双重启迪。

——桂杰(诗人 记者 新浪知名博客博主)

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>