

<<娱乐经济>>

图书基本信息

书名：<<娱乐经济>>

13位ISBN编号：9787801453969

10位ISBN编号：7801453964

出版时间：2001-5-1

出版时间：光明日报出版社

作者：（美）沃尔夫

页数：350

字数：223000

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>

<<娱乐经济>>

内容概要

本书提出了一个崭新的营销思路，即用娱乐因素改造我们的经济。

正像美国乃至整个西方社会一样，传媒和娱乐产业以其无所不在的影响正逐渐渗透到我们的经济增长、文化演进以及人们社会生活中的所有层面。

绝大部分的消费品产业，都在竭力吸引消费者的注意力，而要拨动消费者的心弦，“娱乐经济”则是一曲最具震撼力的乐章。

作者正是从这个角度出发，用可读性极强的构篇、灵活娴熟的语言和众多生动的事例，向读者展示经济生活中发生的一切演变和趋势。

作者简介

沃尔夫，世界顶级传媒与娱乐公司的首席顾问，美国娱乐界最有影响、最权威的波兹—阿伦—汉密尔顿传媒娱乐公司的创建者和高级合伙人。

他手下的顾问小组遍及世界各地，纽约、洛杉矶、伦敦、巴黎、东京、上海等，每天为全球最为成功的公司的高层经理人士解决棘手的商务问题

<<娱乐经济>>

书籍目录

导言第一章 您正在踏入娱乐圈 玩乐替换枪支：真正的和平回报 大型影剧娱乐中心效应：街道繁华再现 电缆铺连就绪的星球 娱乐持帅 今日冲击波 新征服者第二章 享乐主义：热衷于寻求快乐的消费者 保罗 萨尔森还是雪梨儿 克萝？

有了车和房子，现在该做什么了？

从有形消费品到花钱买感觉 电视 + 电脑 = “Y”一代 一个悖论的产生：拥有越多，感觉似乎越少 工作、居家和在家工作 我们每天的时间格子 空闲时间：已不再空闲 随身可带的快乐 娱乐机会的细心选择 时间的变化带动着产品的改变第三章 E - 因素：没有娱乐就不成其为商业 这一天华尔街为色情而中止运转 E - 因素的广泛侵蚀 娱乐世界的新秩序 从恐龙里变不出玉米卷来 当你希望船度假时 当飞机行可以玩博彩时 购物变成一种休闲 差异带来卓越 时尚的偶像 你就该在那里 两小时的重返大学校园的体验 商品已非摆在店里那样简单 嗯，可它够不够酷？

谁听说过“很酷”的银行家？

一只看不见的手 向麦当娜学习第四章 为吸引注意力而进行的激烈争夺 杰里，我们几乎还没弄明白呢 时光如梭的时代 这一领域的新面孔 马歇尔 麦克鲁汉所叶真言 追寻哄动效应 占有和征服 把机器喂饱 麦当娜和爆米花的价 越少却是越多的地方 一度置身局外的网络电视 人人都感兴趣的内容 回头再看看电台的情形 我们绝对不是只在堪萨斯了 高高在上的绝非平唐之辈第五章 强者之争：夺取全球主导权的角逐 公民默多克？

训练有素的个人直觉的重要性 老实说，这家伙确实该骂 应变神速的艺术大师 一条桌下狗，名字叫比尔盖茨 卡斯研究 我也要我的MTV创立人 巨头的大手笔 娱乐部长 除此之外，合众与征服 枕边陌生人 巨头霸主 新传媒，新巨头第六章 突破常：经典产品的生 黑色大厦的秘密 难得的对餐 由轰动性产品主导的世界 开始即意味着结束 从黑格尔到成群的模仿者 高明点子 人人都渴望偷闲一刻 到圈子里来 X消费者和下一波轰动性产品 嗡嗡之声和生意场 从因特网到关系网 没有比颠来倒去地重复更妙的办法了 竞争技记录大观 费财的“火鸡 掌上珍品 炒得最火的产品第七章 交性：因特网与现实 员电缆、疲惫还是泥泞沼泽？

什么管用，什么不管用？

附加价值 盒子之战 当心些教会妇女 把钞票掏出来看看 今天最为时兴的词是反非居间化主义 当小鱼吞吃大鲨时第八章 品牌帝国 青年运动迷 新的品牌种类 在圈子下 迪斯尼：协同效应的神奇境界 OPB：别人家的品牌 穿得跟米老一样 永不落伍 蓝色绶带 对品牌的保护并不意味着各人自扫门前雪 品味故事 从平到杰出 勇闯无人之境 野性故事 魔方是不存在的 岁月如梭，红颜易逝第九章 现在，听听赞助商的发言 拇指锁定 心理试验品 如果你觉得这一代更不守规矩 嬉皮士、瘾群子对天花乱坠，诱人销量 音乐永远是与反持钩的 借助某某佬 多，不是少？

第十章 来自明天的观点 下一步朝？

老媒体对新媒体 厮混一把 买便宜货，还是买玩乐？

给我们的孩子娱乐性教育 全球性的媒体大融合 仁么东西最值得珍视？

鸣谢

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>