

网络优势

(台湾) 卢希鹏 / 著

36计

INTERNET ADVANTAGE

九州出版社

INTERNET ADVANTAGE

(台湾)卢希鹏 著

网络优势 36 计

九州出版社

INTERNET ADVANTAGE

网络优势36计

(台湾) 卢希鹏 / 著

九州出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络优势 36 计/卢希鹏著. —北京:九州出版社, 2000. 7
ISBN 7-80114-539-9

I. 网... II. 卢... III. 计算机网络-基本知识
IV. TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 36353 号

著作权合同登记号:图字 01-2000-1850 号

本书经城邦文化事业股份有限公司授权, 出版中文简体
字版本。非经书面同意, 不得以任何形式任意重制、转载。

网 络 优 势 36 计

(台湾)卢希鹏 著

出版:九州出版社(北京市海淀区万寿寺甲 4 号)

邮编:100081 电话:68450960

经销:全国新华书店

印刷:九州财鑫印刷厂

开本:850×1168 毫米 1/32

字数:160 千字

印张:9.5

版次:2000 年 7 月第 1 版 第 1 次印刷

印数:1-10000

书号:ISBN 7-80114-539-9/G·260

定价:19.00 元

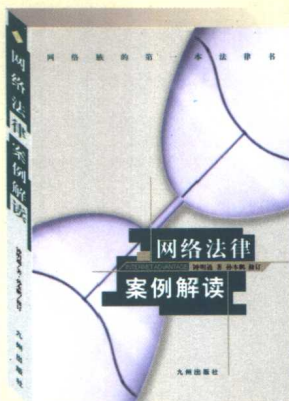


卢希鹏

卢希鹏，台湾清华大学硕士、美国威斯康辛大学麦迪逊分校硕士、博士。作者学经历背景丰富，目前除任教于台湾科技大学与台湾大学资讯管理系所之外，历年担任多所知名机构的资讯与管理顾问，也为民生报撰写专栏、在学者财经台主持《电脑族乐园》、卫普电脑台主持《电脑客》、《科技大阅兵》、《科技新闻》等节目，是网路优势研究群的召集人。

新 书 介 绍

《网络法律案例解读》



在当今网络经济突飞猛进的发展中，网络立法还是一个全新的司法领域，本书首次对此进行权威性的解答。特别是对电子商务、著作权、商业秘密等方方面面涉及法律的网上行为，用丰富的案例，浅显的文字加以解释。书中还配以幽默逗趣的插图，让你在轻松的阅读中掌握网络法律知识。本书除可供广大法律工作者借鉴参考外，也是一本上网族不可不读的好书。

封面设计 蒋宏工作室



WWW.CU21.COM

联合图书网

United Book Network

北京联合在线图书销售有限公司整体推广

责任编辑 张海焘 孙红梅
整体策划 宋启文

卢教授以生动浅显的文字、趣味化的写作风格来论述网路优势策略，深入浅出，读来令人回味。我相信不仅网友们会喜欢这本书，企业经营者也可用教授贡献的“计谋”来创造企业的竞争优势。

—台湾交通大学资讯管理研究所 黄景彰教授

我只知道上了网路建置网站像卖烤香肠一样，也必须把握让我“知道”、“喜欢”然后才会有“交易”。希鹏兄却能够分别各发展出十二项策略，合共三十六计，委实难能可贵……

—中时电子报总经理 刘一赐

在网路这个环境中，关于如何转劣势为优势的书籍，事实上不太多。……本书将是协助你转化逆境的最佳参考书籍。

—卫普电脑台新闻部经理 陈志浩

卢教授在过去这一阵子把这些资料整理出来，结合网路技术与经营管理，是相当精彩的一本书。我非常乐意推荐。

—SEEDNET总经理 程嘉君

ISBN 7-80114-539-9



9 787801 145390 >

ISBN 7-80114-539-9/G · 260

定价：19.00元

目 录

专文推荐

三十六计·计计连环/刘一赐/1

缘起与致谢/6

前言

何谓网络优势三十六计? /8

第一篇 崭露头角(知道篇)

第1计 好名好姓:“它抓得住你”的姓名学/15

行销学中的品牌延伸/16

网络优势中的姓名学/17

第 2 计 好礼相送：“有人潮便有钱潮”

——拉的策略/21

网络优势中的认知战/22

网络优势中的礼物经济

——拉的策略/24

第 3 计 主动出击：网络优势中“推”的策略/27

网络优势中推的策略/28

第 4 计 先占先赢：网络世界的抢位子游戏/33

行销学中的先入为主效果/34

行销学中的后入为主效果/37

第 5 计 多管齐下：网络优势中的整合行销

传播/39

行销学中的整合行销传播/40

第 6 计 老王卖瓜：网络优势中的一传百理论/44

行销学中的参考团体/45

网络社区的经营/46

第 7 计 万流归宗：条条大路通罗马的策略/50

网络优势中的行销通路/51

何处登录网站？/53

第8计 总体营造:如何创造风格与特色/56

网路优势中的 CIS 理论/57

网路优势中的总体营造/59

第9计 同中求异:小机会是建立大企业的

开端/62

网路优势中的行销趋势/63

由实例看网络优势/65

第10计 出奇制胜:引人注意的事件行销/68

网络优势中的事件行销/69

第11计 联合出击:行销优势中的合纵连横/74

行销优势中的策略联盟/75

联合出击的例子/77

第12计 免费试吃:价格决定需求/80

行销优势中的定价策略/81

免费试吃的共享软件/83

第二篇 投其所好(喜欢篇)

第 13 计 攻心为上:交心的虚拟社区理论/91

网络优势中的虚拟社区理论/93

网络优势中的心理战/95

第 14 计 知己知彼:网络优势中的市场学/99

网络优势中的市场学/101

台湾的网站使用者调查/102

第 15 计 无名英雄:网络优势中的匿名效应/105

企业内网络中的匿名效应/106

网络优势中的匿名效应/107

第 16 计 量身订制:网络优势中的分众化/112

网络优势中的分众化趋势/113

量身订制的技术与台湾实例/116

第 17 计 穿针引线:超连结的网络优势/119

网络优势中的超媒体连结/120

网络优势中的超连结策略/122

- 第 18 计 穿越时空:网络世界的非同步特性/127**
网络优势中的“非同步”特性/128
互联网上“非同步”特性的应用/130
- 第 19 计 对答如流:参与式的互动行销 /134**
网络优势中的互动行销/136
- 第 20 计 资料宝库:网络优势中的动态
资料库/142**
网络优势中的动态资料库/143
看看几个资料库的例子/146
- 第 21 计 变化万千:网络优势中变的策略/150**
网络优势中变的策略/152
- 第 22 计 轻松至上:网络优势中的内衣理论/158**
韦瑟斯先生的内衣理论/159
内衣理论在企业应用上的启示/163
- 第 23 计 以客为尊:网络传播理论中的
EQ 观/166**
网络优势中的传播理论/168
塞车的解决之道/170
网络族的 EQ 大调查/172

- 第 24 计 创意无限:网络优势中的无限宽广/176**
做前所未有的事/178
创意思考的来源/181

第三篇 继往开来(交易篇)

- 第 25 计 乾坤挪移:经营者心态的
“典范转移”/189**

优势中的新典范/190
网站经营者所面对的新典范/192
乾坤典范大挪移心法 /198

- 第 26 计 虚虚实实:商业经营的本尊与分身/199**
实体与虚拟的价值链/200
虚虚实实间的冲突/202
虚拟世界的经营之道/204

- 第 27 计 养兵千日:发展网络优势的核心
竞争力/207**
虚拟商场的竞争力/209
新核心竞争力之培养/213

第 28 计 新瓶新酒:虚拟世界中的产品设计/218

虚拟商品内容的改变/219

较为人们所接受的网络应用/221

网络产品的特色与例子/222

第 29 计 吸星大法:网络优势中的蚂蚁雄兵/226

网络优势中的“情境、内容、基础
结构”/227

网络优势中的吸星大法/230

第 30 计 抽沙填海:薄利多销的乞丐理论/235

网络上的收费观念/236

数字产品与服务的定价策略/238

抽沙填海的乞丐理论定价策略/242

第 31 计 委外管理:术业有专攻/244

网络委外的考量点/246

网络委外软件公司的项目/247

委外时参考事项/249

第 32 计 求人求己:自行开发的诀窍/252

经济考量/253

技术考量/255

第 33 计 安全第一:安全方便谁重要? /259

资料安全的威胁与漏洞/261

网络上付款的安全机制/262

第 34 计 投石问路:进化式的系统发展方式/267

系统发展的几种方式/268

投什么石? 问什么路? /270

第 35 计 洗心革面:企业再造三阶段论/274

企业的三重革新/276

电子商务的范畴/278

第 36 计 走为上策:网络优势的评估/283

网络优势的评估方法/284

网络优势之情境分析法/286

三十六计，计计连环

刘一赐

互联网好像汪洋大海！

一九九四年，互联网上的商业应用兴起，国外一些知名网站大多在这个时候渐渐开始崭露头角。几年下来，不论是政府机构、民间企业，人人讲话三句里都要带上两个“网络”，才算时髦；加上传播媒体的推波助澜，一再宣称在互联网上是如何的商机无限、前景看好。于是，大家眼里见的、耳里听的，都是互联网，凡夫俗子能不心动者几希！

心急的厂商立刻迫不及待地纵身网海，尝试一下在里面那种凌风御虚的快感；有些好整以暇地缓缓把鞋袜脱了，伸个脚趾头到互联网的汪洋大海中试探水温；还有些脑筋动得快的，更想到在海边弄个烤香肠摊子来摆摆，设个网站看看有没有什么生意可做？当然也有许多定力奇佳的企业，要不是躲在岸边旅馆里

睡大头觉，不问世事；再来就是抱着“老二心态”，躺在沙滩上晒太阳，欣赏来来往往的泳装美少女，就是不肯下水泡泡。

为响应“三年三百万人上网”的号召，“百万店家上网总动员”（Millions Online Residences and Enterprises，简称 MORE）计划，在一九九七年七月轰轰烈烈地开始推动，成效显著，就像一个大旅行团突然被带到了这个风光明媚的海滨沙滩。立刻，原先悠闲的海水浴场开始变成到处“插秧”的游泳池，人潮汹涌了起来，资讯工业策进会宣布截至一九九八年八月底为止，台湾上网人口已经突破两百二十七万人，原来就不太够用的频宽负载益形加剧。

那些本来好梦连床的游客，听到了传媒的喧闹声，忍不住探头出来看看怎么回事；而起先在晒太阳，一再表示“JAM”（Just A Minute，等一下，网络聊天室 chat 的常用语）的企业，发现了互联网海水浴场“JAM（拥挤）”得像一团“JAM（果酱）”一样。这时候，任你定力再好，也禁不起诱惑，中国人“一窝蜂”的习性在此完全展露无遗，更多的企业纷纷“下海”，刹那间网络上变得更为拥挤不堪！

看起来的确商机滚滚。事实上呢？

许多人以为建了个网站，订单就会像雪片般地飞来，几乎可以达到“人在家中坐、钱从天上来”的境