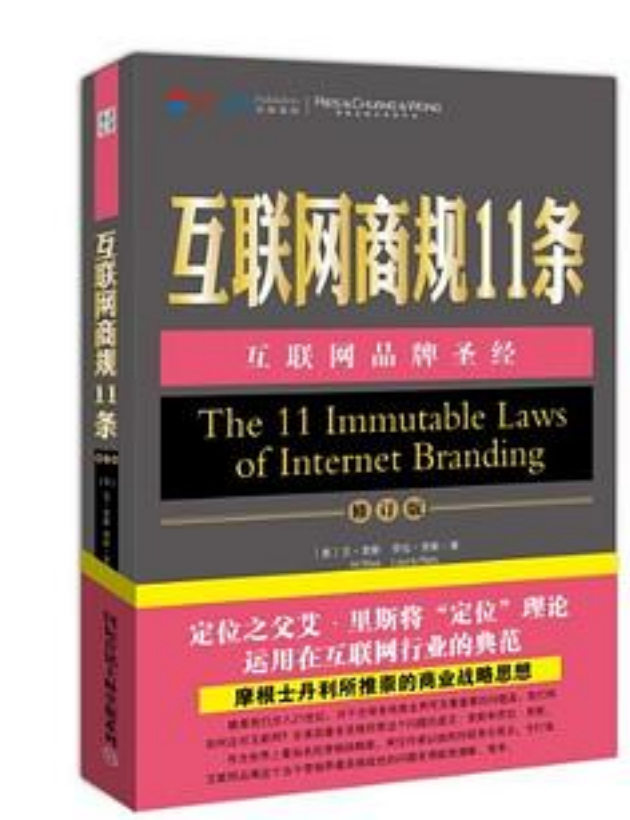


互联网商规11条



[互联网商规11条_下载链接1](#)

著者:[美] 劳拉·里斯

出版者:上海人民出版社

出版时间:2006-01-01

装帧:简装本

isbn:9787208060036

随着我们迈入21世纪，对于商业而言最重要的问题是：我们将如何应对互联网?阿尔·里斯和劳拉·里斯是全美国最有资格回答这个问题的人物。看过本书后，你将知道：

- 互联网不能身兼二职
- 互动性是网站最重要的要素
- 互联网品牌使用通用名就是自寻死路
- 做品类中的第二位品牌将没有出路
- 第一个进入顾客的心智并且集中焦点
- 最严重的错误莫过于相信自己无所不能

两位作者具有个性鲜明的反主流文化的视角以及独到的营销常识，并用他们的专业所长

解决了打造互联网品牌这个当今营销界最具挑战性的问题。每一个希望打造全球大品牌的人都不应该错过他们的高见。

作者介绍:

阿尔·里斯是世界最著名的营销战略家之一。他是畅销书《22条商规》和《定位》的作者之一。他和他的合伙人（即他的女儿）劳拉·里斯开办了里斯和里斯咨询公司，为《财富》500强中的许多公司提供咨询服务。

目录:

[互联网商规11条_下载链接1](#)

标签

互联网

营销

互联网商规11条

商业

战略

网络营销

品牌

互联网经济

评论

不过里面说的内容似乎已经与现在的互联网现状相反了，如最后说搜索引擎重要性降低

——这简直是自打嘴巴，Google和百度如此红火；同时说到通用域名的重要性也不如独特的专有名词，但事实上，通用域名的价格仍是相当相当的高。

互联网战略

相对于《22条商规》而言，这本书简单了许多。一些对于互联网特点的思考还是值得一读的。然而，比较可惜的是，对网络世界的技术特点和盈利模式，考虑的不是很多。

几年前读的，觉得不错，抽个时间再去读一边，看看有没有刷新认识

没有失望

专注，风行是一家好公司

2006-12借，到一月份才轮到这本书。借的时候以为是2006年出的，实际上是2000年出的，观点陈旧，缺乏指导性，预测错误。不过，还书的时候我还是忍不住借了作者的另一本书《定位》。

比较失望，主要就讲了一点：品牌。

有一半的预言被证实错误，有一半的语言暂时蒙对了。

不咋的

过时了...

起个好名字是何其重要

略垃圾

只能说认同部分观点，可能书有点老。所谓的技术在分化而不是融合，这点不可一概而论，现在电视跟网络融合，跟游戏融合，正因为它的开放性和共享，所以我们才能享受科技发展后的生活。至于2006年可能是不逢时，所以导致市场与用户需求未到时机，也可能安了翅膀的车舒适性稳定性不佳，不可直接否认融合，而一味推崇分化！

大师依然是大师，多年前就比我们看的更加透彻，值得借鉴

对于某些规则的详细化，薄薄也挺有意思。

站在06年的世界里展望以后，而这个以后则是如今的当下

破书。

不错

全球化的真正障碍是官僚主义——1、税收、关税、海关表格和通常需要的书面材。2、语言。汽车牌汽车！哈哈。书籍→报纸、杂志→广播→电视→互联网
【美国】50年代电视60年代计算及70年代电子芯片80年代个人计算及90年代互联网。
公司取名的时候借鉴下的书！

书评

规则一：二选一法则：互联网要么是项业务，要么是个媒体，但不能身兼二职。
1互联网外的品牌名与互联网无关，“在网络外的世界最为热门的某些品牌毫无网上价值”，你应该把互联网作为一项业务，而不是宣传你品牌的媒体。比如成功的资讯网站是雅虎，而不是老牌的ABC、NBC、《华...

http://info.blog.ccidnet.com/blog/ccid/do_showone/tid_34402.html
朋友聊天，说你知道ivillage.com吗？我虽学的是信息科学，也在互联网上努力见多识广，其实这次，我才知道ivillage.com不到一天——一天前，我才翻完那本《互联网商规11条》，轻松有趣，一气读完，最立竿见影...

规律性的东西本来就是人为去总结得来的!所以某些观点是有破必有立的!
把互联网的发展总结为11条是很精到的,在美国,至少人家是按照自己的环境提出了观点;而把它套在实用的网络发展空间中还是不无合适性;
互联网要末是做媒体,要末是做业务,如果两者都要那么是不会成功的,读到这...

不过里面说的内容似乎已经与现在的互联网现状相反了，如最后说搜索引擎重要性降低——这简直是自打嘴巴，Google和百度如此红火；同时说到通用域名的重要性也不如独特的专有名词，但事实上，通用域名的价格仍是相当相当的高。

似乎我觉得正确的和不正确的一半一半
有的东西我觉得作者有点太绝对，比如说作者在书中说，网站的域名千万不能是通用名而必须是特殊名，否则肯定会在互联网发展中被淘汰掉，我觉得这个事情值得商榷，比如当大家都在用特殊名的时候你用通用名本身就是一种特殊。不过其中几章还...

里斯，如雷灌顶的人物，在豆瓣上看到好多人看他的书，又加上这本书的名字，“互联网”，“商规”“11条”，太吸引人，毫不犹豫就从图书馆借过来。
当时我还特意看了一下出版日期，2006年1月，想来也蛮新的。但是越往后看就越能感觉到写书时日已久，不然大师也不能这么写吧。（...

该书写作年代久远，部分思想相当有远见，比如：网络零售业将沦为价格战，在今天看来，扩张期的零售网站无不走这条路线。
但更多观点是错误的，尤其作者对亚马逊扩展品类看成是亚马逊的自负，事实证明，作者观点是错误的。同时作者对网站的互动性理解太肤浅。用“融...

运做过网站的人都应该读读这本书，虽然里斯可能没有自己做过互联网业务，但他总结得很好。
个人认为对自己很有帮助，不知道为什么有的人评价得一无是处，也许是没有亲身体会吧...

书很薄但给我启发很大 这是一片很薄的书，但对我启发很大。
每一个行业都有规则，新贵互联网也不例外。这11条规则对希望从事互联网业的我来说，带来很新的概念。
看一本书，写书评，不要把自己整得高高的，弄得跟出版商推介一样。要看这本书对自己是否有用，是否...

这本书是2002年有中译本出版的。要是那一年有人得到这本书并仔细研究，我可以说不，目前国内互联网的格局将受到较大影响，肯定不会是目前这个样子。
目前为止我觉得最有用的一本关于互联网的书~

这个内容有点好玩，像是买牛仔裤的商人做法。
任何的行业，基础的商业规则都是相同的，只不过是把这类规则放几条和网络的行业做匹配。对于入门来讲，也不失为一个快速的方式

我基本是一口气看完的 从书里到书外 比较了已经成功案例,觉得大师说的是很有道理的 可能有些超前的 因为他说的有些是前景 对于新手有的是想不到的 从中学到了一些思想 总体觉得是用心写的一本书 不是为了写书而写的....举个例子
现在的网站更多的通过电视媒体来推广了 就是在...

这本书还没看完，初看了几张内容。感觉作者非常推崇“名字”对一个网站发展的重要性。对于网站“互动性”反而只是简单介绍，没有深入分析。

这本书的原著"The 11 Immutable Laws of Internet Branding"是在2000年5月出版的，02年的时候出版过一次，书名是《打造网络品牌的11条法则》，这次是重新包装后推出的。虽然写的时间离现在比较久远，但是不少内容还是具有一定的参考价值，有些甚至可以体现出作者具有相当的前...

看完本书,对我了解网络的推广,有了更深的感触:
本书通过<打造网络品牌的11条法则>来细致地阐述了网络上的发展史\及网络上的媒体特点.并用案例来说明,显得更加细致\到位. 使我对网络有了新的认识,值得一读.

作者似乎还是沉睡在传统行业的商规中，正如他所宣称的自负法则——最严重的错误莫过于相信自己无所不能，而我认为他就沉浸在他对传统行业所界定的规则中，也许这些规则比较适合传统行业，但对还未完全释放潜能的互联网来说，怎么可能就会被完全概括出商规呢，做研究的永远跟在...

[互联网商规11条 下载链接1](#)