

<<破晓>>

图书基本信息

书名：<<破晓>>

13位ISBN编号：9787302328964

10位ISBN编号：730232896X

出版时间：2013-7-1

出版时间：清华大学出版社

作者：谢雨钢

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>

前言

未来中国经济要转型成功，实现中华民族的伟大复兴，就必须完成两件事：第一，要让市场的力量越来越强，实现资源的优化配置；第二，要拥有能够超越现有管理思想的管理理论体系，使企业拥有持续的创新力。

第一件事是由经济学来解决，而第二件事应当由管理学来解决。

传统的“中国式管理”其实是“中体西用”的思路，以中学为本，西学为用，其中也存在一些弊端。而东西方文明确实各有所长，西方文明注重理性与辩证逻辑，所以能在管理等领域建立科学、系统的制度体系，缺点是由于现代管理体系发展时间并不长，体系中的断链与缺陷仍然较多，还不是很完善，因此面对很多具体问题并没有适合的解决办法，而东方文明重谋略、讲实用中的变通，具体问题的解决办法灵活多样，但缺点是没有底线的变通会导致缺乏诚信。

根据东西方文明的特点，其实合适的融合之道是“西体中用”，以西学为本，中学为用，以中学的灵活变通来补充西学的缺陷和实际应用的不足，同时以西学的体系和规范来剪裁中学，去除中学中的有害部分。

“西体中用”或许是中华文明重新走向辉煌的有效途径，至少在管理学是适用的。

只有这样才能在西方管理学严谨的科学体系基础上，发展出超越西方管理体系的管理思想，从而帮助中国的企业提高创新力、赢得市场竞争，最终推动中国劳动生产率的大幅提高。

正是按照这样的思路，本书在管理领域对中西方文明的融合进行了有益探索，将中国古代的军事智慧按照现代商业逻辑进行条理化、系统化，并将其纳入到整个管理理论体系中，创立了建立在中西文明融合基础上新的管理思想。

本书的主旨就是告诉企业从何处创新、怎样通过创新赢得市场，就如苹果公司、通用汽车公司曾经获得的成功。

让这种成功成为常态，而不是灵光一闪。

让成功大道如同青天般寥廓，让市场突破如同按图索骥般容易，避免因不懂市场而盲目创新、不懂市场竞争之法而中道夭折，从而使中国的创新之力能蓬勃生长，让古老的东方文明焕发出勃勃新意。首先要感谢本书所涉及的上百个案例中的管理者们，正是他们的经验和智慧最后才汇聚成了破晓营销战略这股洪流，从某种程度上来说，本书是集体智慧的结晶，是整个中国管理界对世界管理学体系的贡献。

其次要感谢我的朋友们长期以来对我的支持和帮助，还要感谢清华大学出版社编辑们辛勤的工作，有了他们的帮助，本书才得以顺利出版。

感谢我的父母，谢谢他们长期以来对我的工作和家庭无私的支持。

最后要感谢我的妻子万精敏女士，她帮助确定了本书书名，同时在她时常的鼓励之下，我决定提前半年结书，本书得以提前与诸位读者见面！

<<破晓>>

内容概要

自古以来，这个世界就是物竞天择、适者生存的世界。

对物种而言，总会有稀缺的资源，因此有人的地方就会有竞争，而人类也在竞争中不断的进化，成为了今天的万灵之长。

掌握竞争的制胜之道，无疑就掌握了赢得生存、发展空间的命运之匙。

本书通过亚历山大、成吉思汗、拿破仑这些一代天骄的决胜之战和上百个经典商业案例证明了一条道路：商界以弱胜强之道！

让成功之道如青天般辽阔，不使壮志对愁眠。

本书站在全新的高度，用全局性的视野，敏锐而富有洞见性的眼光穿透事物表象的重重迷雾，直击竞争的关键所在，颠覆性地提出了许多经典案例的全新解决之法，远远超越了既往的泛泛之谈、似是而非之语，为中国商界留下了一份弥足珍贵的点睛之作。

精彩文摘

未来中国经济要转型成功，实现中华民族的伟大复兴，就必须完成两件事：第一，要让市场的力量越来越强，实现资源的优化配置；第二，要拥有能够超越现有管理思想的管理理论体系，使企业拥有持续的创新力。

第一件事是由经济学来解决，而第二件事应当由管理学来解决。

营销不是战争，因为两者并不是同一事物，在应用环境、参与者、外在约束上确实存在一定区别，但营销同样不是一场与消费者间的“爱情”，营销没有那么温情脉脉，是竞争进化使企业为了获得胜利不得不尽量满足消费者的需求。

营销的本质就是一个群体为了实现自身利益最大化而与其他群体进行的竞争。

营销和战争是竞争在市场和军事领域的不同表现形式，是竞争一母所生的双胞胎兄弟。

营销的目的是为了自身利益最大化，而竞争是为了达到目的所使用的手段。

定位理论中的位置其实类似于破晓营销战略对头脑突破中的特征，但破晓营销战略基于心理学特征分析理论提出的特征更接近于消费者头脑的本质。

定位理论定的是一个位置，而特征则可以是多个，是一组关联特征的集合。

可口可乐并不缺乏位置，其经典的特征早已存在于消费者的头脑中，但它仍然被竞争者打得左支右绌、进退失据，其根本原因就在于它只占领了消费者头脑中的一个特征，并没有形成一组特征的防线，而一个特征是不足以防守住如此广阔的市场区域。

如同“盲人摸象”的故事，差异化战略、定位、蓝海、4P、4C、4R等传统经典理论都只是“摸”到了竞争这头大象的局部，而对其他部分缺乏认识。

在不适当的市场区域中应用错误的理论对于企业来说无疑是极其危险的，就有如盲人骑瞎马，夜半临深池，随时都有可能坠入深渊。

因此破晓营销战略基于竞争的整体，从以弱胜强的角度提出商业竞争的制胜之道，避免了只见树木、不见森林的问题，让商业成功之路如青天般寥廓。

任何一种策略都是有漏洞的，世上并不存在完美无缺的策略，世上所有被称为成功的经验都有其适用范围，如果因循守旧而不知根据实际情况变通，就算是曾经的战争天才，失败也是难免的。

项羽在垓下之战中仍然沿袭了其在巨鹿之战、彭城之战中长驱直入、猛冲猛打的作战风格，却被韩信料到，落入了汉军的重重包围，拿破仑在滑铁卢战役中同样简单运用了其过去直插中路的成功套路，却被威灵顿利用地形所制约，最后遭到失败。

<<破晓>>

拥有强大力量竞争者的失败，往往就是因为只看到了在数量上的优势，而忽视了出奇制胜与质量优先其它两个重要的成功因素。

头脑特征就如同要塞和高地，就算战略性再强，也不足以覆盖所有的市场区域。企业品牌不应只与一个特征进行关联，而应与多个特征建立关联。如果品牌只与一个特征关联，即使特征防守性再强，也势必会被竞争者逐渐蚕食。就如可口可乐被百事可乐和七喜连续攻城掠地，根源就在于其特征防线太过单薄。

通过特征全系图谱可以发现整个行业特征防线的虚实之处，再选择特征战术以进攻行业特征防线的薄弱之处，借助特征的战略性和防守性可以确定品牌需要占领的具体特征，识别特征所处的市场竞争区域能有效避免市场风险，从而采取有针对性的营销策略。

在创新区域和全新区域的市场调研结果应进行谨慎分析与判断，真正的事实可能与消费者的认知恰恰相反。

低价并不能建立起稳定而持久的市场壁垒，高价高质与低价平质就可以轻易洞穿低价的防线，优质的服务也不能自然形成稳定而持久的市场壁垒，更优质的服务同样能轻易夺走客户。只有与客户建立起情感依附或价值同盟才能在区域市场形成稳定持久的市场壁垒，在产品价值与竞争对手产品价值相等甚至稍逊一筹的情况下，通过提供情感价值与附加价值赢得客户。

作者简介

谢雨钢，战略和营销专家，现为盛唐天策（北京）管理咨询有限公司董事长，兼任中国营销学会副秘书长、中国企业联合会管理咨询委员会执行理事等。

书籍目录

引言营销和战争是一对双胞胎1第一章 破晓赢天下6第一节 天下只有四战之地6第二节 破天之剑12第三节 破晓VS经典管理理论16第二章 以弱胜强，源起战争20第一节 西方第一战神的巅峰决战21第二节 蒙古帝国崛起之战33第三节 逐鹿中原定乾坤44第四节 滑铁卢，天才的末日之战59第三章 破晓的力量源泉79第一节 破晓的命运之匙79第二节 破晓的“上帝约柜”85第三节 破晓的成功之路94第四章 头脑突破，诸神之战97第一节 源自心理学的原则98第二节 关山道途多战骨108第三节 需求陷阱——掀开隐性的面纱110第四节 感觉防线——以奇破114第五节 知觉混沌——特征为王139第六节 特征全系图谱——商界制胜之地图158第七节 情感密地——唯我独尊171第五章 破晓的三十六计180第一节 瞒天过海183第二节 借刀杀人185第三节 声东击西189第四节 顺手牵羊191第五节 无中生有193第六节 树上开花196第七节 攀龙附凤204第八节 趁火打劫206第九节 打草惊蛇208第十节 美人计209第十一节 暗度陈仓212第十二节 李代桃僵214第十三节 欲擒故纵216第十四节 空城计220第十五节 笑里藏刀224第十六节 调虎离山227第十七节 苦肉计230第十八节 假痴不癫232第十九节 擒贼先擒王234第二十节 反间计237第二十一节 上屋抽梯240第二十二节 指桑骂槐243第二十三节 偷梁换柱245第二十四节 假道伐虢247第二十五节 浑水摸鱼251第二十六节 釜底抽薪254第二十七节 远交近攻256第二十八节 抛砖引玉258第二十九节 反客为主260第三十节 关门捉贼266第三十一节 围魏救赵268第三十二节 以逸待劳271第三十三节 金蝉脱壳272第三十四节 借尸还魂274第三十五节 隔岸观火278第三十六节 连环计281第六章 区域突破，登天之路284第一节 厂商登天之路285第二节 七步登天路289第三节 零售商登天之路299第四节 电商登天之路309第五节 天路上的“戒律”324第六节 要登天先看“天气”328第七章 营销的八种竞争力330第八章 箱核市场分析法334参考文献341

编辑推荐

《破晓:以弱胜强之道》编辑推荐：要成功，必读破晓！

洞察亚历山大、成吉思汗、拿破仑等一代天骄的成功秘诀，掌握商界的致胜之道！

超越定位、蓝海、4P、4C、4R等西方传统管理理论，开创新一代商业竞争的游戏规则！

真正的商界成功学，传授竞争的成功法则、商界中赢的方法。

《破晓:以弱胜强之道》是一部世界管理学的扛鼎之作、商界的制胜宝典，超越了定位、蓝海、4P、4C、4R等西方传统管理理论，是中国第一个世界级管理思想，也是东西方文明精粹合力的结晶，营销管理的大成之作，商界人士的必读之书。

商界第一奇书，超越定位、蓝海、4P、4C、4R等西方传统管理理论，中国第一个世界级管理思想。

<<破晓>>

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>