

<<不对称创新>>

图书基本信息

书名：<<不对称创新>>

13位ISBN编号：9787303086610

10位ISBN编号：7303086617

出版时间：2007年7月

出版时间：北京师范大学出版社

作者：吴振海

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>

<<不对称创新>>

内容概要

以弱胜强，是多数中国企业都面临的一个战略困境。
然而，在敌强我弱之下，挑战者如何实现对领先者的赶超？
行业的后进入者又如何才能找到生存的立足点，进而不断发展？

放眼产业市场的演变，强弱之间的转换时时都在上演。
但是，以弱胜强，究竟是无心插柳，还是源于精心谋划？
究竟是一时运气的偶然，还是成竹在胸的必然？

作者基于对战略、创新和营销理论的跨领域研究，在对全球近百个以弱胜强的商战案例系统剖析的基础上，提出：创新是以弱胜强、后来居上的唯一途径，但是要想成为成功的创新者而不是铺路石，挑战者的战略思想必须有别于市场领先者。

在《蓝海战略》一书中，欧洲工商管理学院的钱·金和勒妮·莫博涅两位教授提出了围绕客户和客户需求的价值创新理论。

但是，对于挑战者来说，如果只注重客户价值的创新，而忽略了不对称局势的创造，那么蓝海很可能马上变成红海，摆脱竞争就可能只是一个空想。

领先者的创新可以仅仅关注于通过实施创意为客户创造价值，但是其它任何挑战者则必须寻找一条新的创新路线——这就是不对称创新。

不对称创新立足于强大对手优势中所固有的弱点，既注重创造与其没有竞争互动、具有“温水煮青蛙效应”的不对称局势，同时也关注为客户创造价值。

作者不但总结了以弱胜强的内在规律，还提供了一整套系统的不对称创新实施指南。

本书不仅对挑战者有具体的指导作用，对领先企业也有很强的借鉴意义，是所有的企业家、经理人、管理顾问和创业者的一本必读之书。

介绍《不对称创新》核心思想的新浪视频链接

: http://vhead.blog.sina.com.cn/player/outer_player.swf?auto=0&vid=4784681&uid=1300370960

24位著名企业家、经理人和专家联袂推荐！

- 蒙牛集团董事长 牛根生
- 国务院国有资产监督管理委员会研究中心主任 王忠明 博士
- 北大纵横管理咨询集团首席合伙人 团中央中国青年企业家协会副会长 王璞
- 联想集团副总裁 联想中国研究院副院长 韦卫 博士
- IBM（中国）运营战略首席顾问 白立新 博士
- 强生全球创新中心总经理 刘江南 博士
- 中国科学院研究生院管理学院副院长 教授、博士生导师 吕本富
- 三星中国经济研究院院长 中欧国际工商管理学院战略学教授 朴胜虎
- 清华大学技术创新研究中心主任 教授、博士生导师 吴贵生
- 国务院发展研究中心企业研究所副所长 张文魁
- GfK专项研究（中国）公司董事总经理 张弛
- SAP大中华区首席技术官 张侠 博士
- 恒基伟业电子产品有限公司董事长 张征宇 博士
- 理特管理顾问有限公司(Arthur D.Little) 前大中华区总裁 李广海
- 《销售与市场》杂志社社长、总编 李颖生
- 《中外管理》杂志总编 杨沛霆
- 红杉资本中国基金合伙人 周逵

<<不对称创新>>

- 奇虎董事长 天使投资人 周鸿祎
- 台湾清华大学技术管理教授 创新孵化中心主任 林博文 博士
- 清华大学经济管理学院战略管理教授、博士生导师 金占明
- 中国惠普公司前首席知识官 著名营销战略专家 高建华
- 中欧国际工商管理学院营销和创新管理学教授 营销与创新中心主任 鸿翥吉马 (Kwaku Atuahene Gima) 博士
- 美国创新洞察管理顾问有限公司总裁 前麦肯锡咨询顾问 《远见》合著者 斯科特·安东尼 (Scott Anthony)
- 长江商学院战略学教授 滕斌圣 博士

<<不对称创新>>

作者简介

吴振海，现任北京英诺信创新管理咨询有限公司总经理，清华大学工商管理硕士，不对称创新战略理论创始人，著有《不对称创新：挑战者的成功之道》即将上市发行。

曾在北京恒基伟业电子产品有限公司和西门子（中国）公司任职，在移动通讯、消费类电子产品和家用电器等竞争性行业领域具有丰富的市场营销和产品规划经验。

主要研究领域包括：战略创新和产品创新。

<<不对称创新>>

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>