

<<迈克尔.波特>>

图书基本信息

书名：<<迈克尔.波特>>

13位ISBN编号：9787504734679

10位ISBN编号：7504734675

出版时间：2010-7

出版时间：中国物资

作者：常桦//智山

页数：324

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>

## <<迈克尔·波特>>

### 前言

20世纪的国际商学界，真正称得上大师的学者是：迈克尔·波特、菲利普·科特勒和彼得·德鲁克，这三位超级教授将商学天下一分为三，形成鼎足之势——波特是产业竞争泰斗，科特勒是行销学之父，德鲁克是现代管理学宗师。

迈克尔·波特堪称当今世界上竞争战略和竞争力方面公认的第一权威。

他毕业于普林斯顿大学，后获哈佛大学商学院企业经济学博士学位。

波特获得崇高地位缘于他所提出的“五种竞争力量”、“三种竞争战略”。

作为国际商学领域备受推崇的大师之一，波特曾出版了多部专著，他的课程是哈佛商学院的必修课之一。

他在美国国会行政部及多个国际性组织的经济政策制定中扮演着非常重要的角色，也是世界各地很多企业领导和政府官员的特别顾问。

迈克尔·波特认为：战略就是企业通过差异化的一体化经营活动创造持续的、独特的、有价值的竞争优势。

它来自于企业完整的动态系统。

这个系统是由竞争对手、客户、资金、人力、技术和资源适应性的互动过程所构成的。

21世纪是一个变革的时代，以不变应万变的态度已无法应付接踵而来的激烈竞争，唯有通过战略的运用才能紧握住每一个转变的契机。

我们置身于这样的时代，面对的是一个比国内更广阔的国际市场，而竞争对手也不仅仅是世界500强。竞争是人类的本性，竞争所导致的最直接结果是今天世界变化的速度和幅度比人类历史任何一个时期都要迅猛和广泛。

技术的变化，市场需求的变化，竞争对手的变化，其中任何一种因素的变化都可能导致一批企业突然衰亡，另外一批企业异军突起。

生生死死，起起落落，这其中起重要作用的就是企业对发展战略的把握。

## <<迈克尔.波特>>

### 内容概要

企业竞争的五种竞争力：行业中同业竞争者的竞争程度、市场中新生力量的威胁、替代商品或服务的威胁、供应商的议价能力以及消费者的议价能力。

三大竞争战略：总成本领先战略、差异化战略、专一化战略。

公司应视具体情况和自身特点来选择战略方针。

价值链理论：每一个企业都是在设计、生产、销售、发送和辅助其产品的过程中进行种种活动的集合体。

所有这些活动可以用一个价值链来表明。

..... 本书是关于介绍企业管理和市场竞争的专著，对提升国内工商管理者、政府部门高级管理者及企业决策者的知识水平，具有重要的阅读价值；同时它也是工商管理界学生、教师、经理人第一必读书，再过十年仍是这一领域的圣经。

## &lt;&lt;迈克尔·波特&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 变革时代的竞争战略 一、事物变动如此迅速，谁需要长期战略 二、战略划出一块地，企业力求在此地做得更好 三、变革可以很频仍，战略不能不恒久 四、“时空压缩”效应导致企业竞争战略的转变 五、企业的战略不仅仅是企业领导的事情 第二章 五种竞争力决定企业命运 一、五力齐发，驱动产业激烈竞争 二、竞争者之间的激烈竞争：不见硝烟的鏖战 三、潜在进入者的威胁：狼会在不被人注意的地方跑出来 四、替代产品的威胁：江湖无处不“山寨” 五、买方的议价能力：对产品和服务的要求越来越高 六、供方的议价能力：价格无法跟上成本增长易失去利润 七、确定企业战略：降低壁垒或者打穿它 八、案例：金属罐容器市场五种竞争力量分析 第三章 基本竞争战略及其风险 一、成本领先战略：销售不是第一，获利却是最多 二、差异化战略：有力地屏蔽潜在进入者 三、目标集中化战略：以牺牲一定市场份额为代价 四、中庸战略：因为模糊不清，所以难有效益 五、企业何以在不景气的行业中屹立不倒 第四章 知己知彼：了解竞争对手 一、竞争对手：竞争战略中绕不开的存在 二、战略群组：锁定真正的竞争对手 三、日本摩托车企业的战略：占领美国 四、分析竞争对手：从回报的角度考虑事情 五、改掉盲点，使竞争对手的报复不起作用 六、为了保持优势，你们为消费者做了什么 七、管理背景和顾问关系：了解竞争对手的二重门 八、竞争二元论：选择对手，判断对手的“棋路” 第五章 企业的核心竞争力分析 一、核心竞争力：决定企业长期竞争优势的“命门” 二、创新能力是企业核心能力的精髓 三、什么是企业核心竞争力，用户最有发言权 四、企业核心竞争力形成之三部曲 五、高层领导的进取精神是核心竞争力的重要砝码 第六章 企业的总体和职能竞争战略 一、进攻型战略：“做了正确的事情” 二、防御型战略：“丢车保帅”是不得已的痛苦选择 三、稳定型战略：小心被动挨打 四、联盟型战略：“柔性竞争”造就“一个世界” 五、混合型战略：不能拆东墙补西墙 六、职能竞争战略：倾力于一个共同的方向 第七章 企业战略目标和计划的制订 一、战略目标：我们“应该是干什么的” 二、战略目标的制订：在新的形势下获得良好发展 三、长期计划：“是一张未来行动的蓝图” 四、短期计划：划分工作贵在成效 第八章 竞争战略的实施、控制与评价 一、战略管理以“计划是否继续有效”为指导 二、企业领导喜欢或尊重什么，就会选择什么样的战略 三、企业管理者应选择与战略相适应的组织结构 四、控制和评价对每个人、每件事、每个行动都有作用 五、有效评价应使决策者准确得知偏差信息 第九章 企业竞争行动措施 一、企业采取竞争行动大多遭遇两难境地 二、选择危险性最小的方式行动 三、利用绝对优势打击竞争对手 四、采取正确行动而不受竞争对手的报复 五、作出某种姿态威慑竞争对手 六、尽量使竞争对手的报复滞后 七、给予竞争对手某些惩罚使其知难而退 第十章 不同市场地位者的竞争战略 一、市场领导者的竞争战略：保持并扩大市场占有率 二、市场挑战者的竞争战略：转换战略，实施攻击 三、市场跟随者的竞争战略：“我也是”，“我是更好的” 第十一章 不同规模企业的竞争战略 一、大型企业的竞争战略：协同配合，行动一致 二、中小企业的竞争战略：利用“小、快、灵”，以弱击强 第十二章 产业不同发展时期的竞争战略 一、新兴产业中的竞争战略：正确促销和定价 二、成熟产业中的竞争战略：不要自我感觉良好 三、衰退产业中的竞争战略：尽量别尝试不走运的努力 第十三章 全球竞争战略 一、产业竞争：“全球性”的经济发展是必然趋势 二、国际分工促使实力雄厚的国际企业迅速崛起 三、投资国际市场能获取更多的利润 四、高资源投入意味着更大的经济和政治风险 五、企业国际化经营战略的选择 六、企业要在国际经济的宏观和微观环境中求生存 七、购买保险可减少在东道国发生的政治风险 第十四章 竞争战略实战案例 一、美国汽车业内部竞争结构分析 二、格兰仕采用成本领先战略制胜 三、金川公司的国际化经营战略 四、某机床厂总体发展战略初探 五、沃马特连锁店竞争战略的制订

## &lt;&lt;迈克尔·波特&gt;&gt;

## 章节摘录

在全球经济一体化的大环境下人们又有了新的竞争观念：在每个人的目标仅仅是要“迅速做大”之际，谁需要长期战略？

因此，一些CEO声称，世界变得太快，他们的公司难以有长期战略。

迈克尔·波特却告诫这些CEO，战略比以往更重要。

企业战略这一学科在迈克尔·波特之前就有了，这没什么疑问。

但在今日，如果不认真学习这位哈佛商学院（世界上最著名的商学院之一）教授潜心研究的这一学科，那是难以想象的。

他的第一本书《竞争战略：分析行业和竞争者的技巧》已是第53次印刷，并被译成17种语言。

多年来，每一位哈佛一年级MBA学生必修的《竞争和战略》课上，上述著作和迈克尔·波特其他著作的摘录都是必读教材。

这些年，迈克尔·波特的战略理论在世界上的商界领导人中已表明具有非凡的说服力。

在全世界的商学院和研究班上，迈克尔·波特的战略观念得到极为广泛的传播和讲授。

然而，战略这一概念本身事实上已被挤到后排。

战略在近10年确实有些受到冷落。

企业花钱去买让人眼花缭乱的竞争理念——那些理念漏洞百出，简单浅薄，迈克尔·波特称之为“井底之蛙的见识”。

结果，许多企业几乎彻底放弃了战略。

可是，那些经理人不会这么说，相反，他们会说：“我们有自己的战略。”

令人遗憾的是，他们的“战略”无非是：以最低的成本生产最优质的产品，或者是整合其所在的行业。

其实，他们只是试图让经营手法日臻完善，迈克尔·波特认为那不是战略。

<<迈克尔.波特>>

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>