

<<产业链阴谋>>

图书基本信息

书名：<<产业链阴谋>>

13位ISBN编号：9787506033008

10位ISBN编号：7506033003

出版时间：2008-9

出版时间：东方出版社

作者：郎咸平

页数：216

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>

<<产业链阴谋>>

前言

毫无疑问，中国经济正上演着一出产业链悲剧。

在这出悲剧里，凭借产业链优势盘剥中国企业的国际金融巨鳄们笑逐颜开，得意洋洋；而中国的经济、中国的企业、中国的百姓却在哭泣！

这样的悲剧必须终结！

在中国经济的危急存亡之秋，东方出版社于北京奥运会之后出版了我的《产业链阴谋》系列图书。

我在系列图书中详细讲述了这样一出悲剧是如何发生的，并且说明了我们怎样才能为产业链悲剧画上休止符。

本书为系列书的第1册，包括五个案例：中国制造业的出路——IS（Integrated SupplyChain，整合供应链）与IPD（Integrated Product Development，整合生产研发）、太阳能发电产业、软件产业、汽车产业、代工业。

这五个案例所涉及的研究对象都是以研发和制造为主的行业，而“6+1”的高效整合是基础。

从另一个角度来看，这些行业中的企业面对的终端客户主要是企业客户和专业客户。

本册涉及的五个案例详述如下：案例一：中国制造业的出路——ISC与IPD本案例直面“中国制造”当前的问题与挑战，明确指出了怎样才能让制造行业摆脱当前困境，创造卓越竞争力。

更为重要的是，这里系统介绍了ISC和IPD，以及如何通过这两大工具剖析产业链。

本质上，只有具备了强大的ISC的企业，才能在激烈的市场竞争中不断优化成本，提高市场反应速度，优化产品利润率，提升企业产品线；只有具备了强大的IPD的企业，才能开发出最符合市场需求的产品，以源源不断的产品创新确保企业基业长青，在竞争中立于不败之地。

案例二：太阳能发电产业 无独有偶，我们发现在太阳能发电产业，成功的企业在研究开发、设计生产、加工、制造、装嵌、推广销售乃至并购策略等各个方面莫不践行ISC和IPD的准则，以高度整合的产业链将太阳能产品融入生活。

研究发现，要把太阳能发电融入我们的生活之中，企业必须强化IPD能力，具体表现为提升太阳能电池技术，使得太阳能电池的发电成本能够与传统的石化能源互相竞争。

为了强化IPD能力，在太阳能发电领域全球第一的夏普公司着重自身技术的发展，第二位的Q-Cells则集中资源进行并购以获得新技术，而全球第四的尚德则通过改进太阳能电池的设计去提升电池的太阳能转化效率。

为了强化ISC能力，企业通过各种方式确保原材料（硅材）的供应能够源源不断，然后还要设法增加太阳能电池产能。

案例三：软件产业 环视世界的整个软件产业，我们亦发现这一行业的领先企业也是运用IPD和ISC来运作企业，转型升级。

研究发现，下游软件开发商需要转型，同时拥有本土化、行业化及专门化知识，掌握商业智慧，并将其融入软件产品及服务之中，方能体现行业本质，成为专业的解决方案提供者。

另外，供应商亦需与中游业者合作，互相推介客户，以便扩大客户队伍。

至于中游业务方面，虽然技术门槛较高，但因回报高，竞争者也很多。

要想成为行业内的领导，就必须掌握软件产业链中的核心技术，提供全套服务，之后便可继续收购其他同类业务，既减少了竞争对手，又增加了客源。

我们当然希望国内软件业能在世界软件业中扮演重要角色。

为此，我们认为金蝶及用友应向这样的目标努力：金蝶开中游，用友占下游。

<<产业链阴谋>>

内容概要

毫无疑问，中国经济正上演着一出产业链悲剧。

在这出悲剧里，凭借产业链优势盘剥中国企业的外商们笑逐颜开，得意洋洋；中国的经济、中国的企业、中国的百姓却在哭泣！

这样的悲剧必须终结！

在中国经济的危急存亡之秋，东方出版社于奥运会之后出版了我的《产业链阴谋》系列图书。

我在系列图书中详细讲述了这样一出悲剧是如何发生的并且说明了怎样才能为产业链悲剧画上休止符。

本系列图书分成 、 两册。

本书为第 册，收录了五个案例，所涉及的行业是食品行业、饮料行业、日化行业、保健品行业、渔业。

它们虽然也包括制造环节，但营销显然更为重要。

从另一个角度来看，在本册图书中，企业所面对的终端客户主要是大众消费者。

事实上，我想强调的一点是，本册案例中所涉及的行业不仅需要具备第1册中的“6+1”高效整合，还必须注重我以前出版的“本质”书系所强调的行业本质。

<<产业链阴谋>>

作者简介

郎咸平，美国沃顿商学院博士。

曾任沃顿商学院、密歇根州立大学、俄亥俄州立大学、纽约大学和芝加哥大学教授。

现任香港中文大学教授。

被公认为公司治理方面的顶级学者。

中文著作有《操纵》、《整合》、《运作》、《思维》、《标本》、《科幻》、《模式》、《突围》、《误区》、《中国式MBO》、《本质I——破解时尚产业战略突围之道》、《本质II——破解娱乐传媒产业以小搏大之谜》、《蓝海大溃败一本本质III：本质论VS蓝海战略》、《你想到的都是错的——本质IV：你的想法要符合行业的本质》、《郎咸平说：公司的秘密》、《郎咸平说：热点的背后》、《郎咸平说：金融超限战》、《郎咸平说：谁在谋杀中国经济》、《郎咸平说：谁在拯救中国经济》、《产业链阴谋》——从国际产业链分工看中国企业的悲剧》、《产业链阴谋II——产业链高效整合是中国企业的战略出路》、《产业链阴谋III——新帝国主义并购中国企业的真相》、《郎咸平说：新帝国主义在中国》、《财经郎眼01：我们的痛苦和希望》等等。

音像作品有《郎咸平说·一秘密：公司的常识》、《郎咸平说——热象背后的逻辑：你所知道的是正确的吗？

》、《郎咸平说——人间万象：一切都是经济学》等等。

<<产业链阴谋>>

书籍目录

前言 为产业链悲剧画上休止符

第一章 识破产业链阴谋

第一节 悲情

- 一、中国是制造业大国吗
- 二、产业链的“非常6+1”
- 三、从产业链分工看大学生就业困难
- 四、产业链定位悲剧

第二节 阴谋

- 一、产业链阴谋与二元经济的成形
- 二、二元经济和金融战引发的通货膨胀
- 三、产业链阴谋与两只秃鹫的金融战争
- 四、法治化游戏规则的缺乏助长了金融战争
- 五、产业链阴谋与中国企业的危机

第三节 曙光

- 一、中国企业的战略出路—产业链高效整合
- 二、政府产业政策的思维转换

第四节 结语

第二章 中国制造业的出路——ISC与IPD

第一节 ISC与IPD

第二节 “中国制造”当前的困境

第三节 ISC与IPD的案例分析

- 一、汇源果汁
- 二、比亚迪电池
- 三、丰田汽车
- 四、玖龙纸业

第四节 “中国制造”的出路在何方

第三章 太阳能发电产业

第一节 行业概况

- 一、太阳能发电的优势
- 二、太阳能发电产业的历史及现状
- 三、太阳能发电技术

第二节 行业本质

- 一、整合生产开发(IPD)
- 二、整合供应链(ISC)

第三节 领先企业案例

- 一、日本夏普
- 二、中国尚德电力
- 三、德国Q—ceus

第四节 结论

附录3—1硅的级别

附录3—2太阳能电池的种类

第四章 探讨软件业的本质

第一节 软件产业概要

- 一、软件的定义
- 二、全球软件业概要

<<产业链阴谋>>

三、中国软件市场现状

四、软件产业链探讨

第二节 软件产业的中游本质探讨

一、抓住行业本质，获取两大优势

二、软件产业的中游技术

三、案例分析

第三节 软件业下游行业本质探讨

一、下游软件业的策略

二、下游软件业的本质

三、下游软件行业本质的阐述

四、案例分析：SAP

第四节 中国企业软件市场

一、案例分析：用友软件

二、案例分析：金蝶软件

第五节 展望中国未来的软件业

第五章 中国汽车制造业

第一节 汽车制造业概述

第二节 零配件的稳定性

一、输在起跑线上：本土零件的稳定性差距

二、高端与低端零配件的稳定性差距

三、案例：铃木雨燕的变“心”

四、小结

第三节 高效建模

一、高效的虚拟制造

二、虚拟制造与传统模式间的差距

三、无法跨越的虚拟世界

四、小结

第四节 精细制造

一、2mm工程

二、从汽车召回案例看精益制造的差距

三、小结

第五节 品质跟踪

一、汽车制造的智能身份证——RFID

二、RFID在整车装配中的应用

三、RFID在出入仓库和销售网络的应用

四、真正的闭环，我们的差距

五、小结

第六节 总结和升华

一、世界车系格局的变化

二、自主品牌汽车安全性现状

三、案例：从“碰撞门”看本质

四、自主品牌的出路

附录5—1 主要跨国零配件巨头和其核心产品

附录5—2 自主品牌研发模式及优势、劣势分析表

附录5—3 RFID的组成部分和工作原理

一、RFID的组成

二、RFID技术的基本工作原理

<<产业链阴谋>>

附录5—4 中国新车评价规程(C—NCAP)介绍

附录5—5 中国汽车自主品牌名录

第六章 探索代工行业方向

第一节 代工行业的现状

一、代工行业陷入困境

二、代工行业的优等生：鸿海

第二节 鸿海战略

一、速度之矛

二、坚固的盾

第三节 宏暮：失败的尝试

一、OEM业务的兴衰

二、艰难拓展上游产业链

三、代工制造业务黯然离场

第四节 广达：虚弱的王者

一、广达的成功与衰落

二、广明的衰败

三、广辉的衰败

第五节 代工企业如何获得持久的竞争优势

<<产业链阴谋>>

章节摘录

插图：有效的ISC管理的最后一个环节便是增加销售。

传统上太阳能发电企业会加强对模块供货商、系统供货商、分销商及建筑承办商的沟通，以了解市场的需要及增加销售的渠道。

但我们发现，光是这样做其实并不够。

由于太阳能发电这种观念在生活上并未完全普及，所以在现有的需求当中增加销售只能算是一项被动的策略。

企业要主动增加消费者对太阳能发电的需求才算是抓住了行业的本质。

怎样才算是增加消费者对太阳能发电的需求呢？

我们知道太阳能在我们生活中并未完全普及，所以企业的策略应该是使消费者知道使用太阳能发电的益处。

通过各国政府的政策及补贴计划，大企业进行大型太阳能发电系统的安装，举办公开讲座，扩展太阳能发电的应用范围，使消费者无论在家中、工作场所或是休闲娱乐场所都能享受太阳能发电的好处，使太阳能发电在不知不觉中成为生活的一部分。

利用太阳能发电把能源转送到消费者手上，可以有四个渠道。

太阳能电池生产商将太阳能电池供应到电池模块生产商以后，电池模块生产商将电池焊到一块玻璃上成为太阳能电池模块。

继而通过三个渠道为消费者提供电力。

第一，将电池模块提供给系统安装商，接着他们配上逆变器使发电生产的直流电转换成交流电，并将太阳能发电系统安装在屋顶顶部或住宅、办公室和公共建筑的外墙，与电网连接，可向电网输电。

换言之，如消费者在自用后仍有多余的电力，可输入公共电网卖给电力公司。

<<产业链阴谋>>

编辑推荐

《产业链阴谋1:从国际产业链分工看中国企业的悲剧(郎咸平案例作品修订版)》：我们民族产业正在身陷一场可怕的产业链阴谋。

<<产业链阴谋>>

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>