

<<破局>>

图书基本信息

书名：<<破局>>

13位ISBN编号：9787509606407

10位ISBN编号：7509606403

出版时间：2009-6

出版时间：经济管理出版社

作者：李波

页数：315

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>

## &lt;&lt;破局&gt;&gt;

## 前言

在中国20多年的市场化进程中，一大批本土企业迅速成长起来，在许多行业占据着举足轻重的位置，一些优秀的本土企业甚至成为了行业的领导者。

然而，越来越多的企业家们发现，自己所领导的企业并没有步入一个良性的成长轨道，生存与发展的压力依然巨大并且变得更加复杂。

曾经的成功经验与模式已经不能帮助企业实现持续的增长，有时反而会使企业陷入危机之中；曾经的竞争优势渐渐消失，已经不足以应对新的竞争形势，甚至对有的企业来说，这种竞争优势已经演变成为企业进一步成长的陷阱与障碍。

越来越多的企业家开始陷入迷茫之中，不知道企业下一步该往何处去。

这一切的变化都是因为本土企业所处的市场环境已经发生了根本性的变化，这种不可逆转的改变对企业提出了新的挑战。

近些年来，在中国，能源紧张、基础原材料价格和人力成本上涨、汇率变动、消费者持币观望、产业制造过剩、供应商与零售商的矛盾等，这些多年积累下来的经营矛盾已经到了集中爆发的时期，再加之2008年9月起爆发的全球金融危机所导致的全球经济衰退，都将对企业的经营构成巨大的压力。随着工业技术的进步、商业模式的创新、全球竞争的激化、信息技术的飞跃，以及消费者生活方式的变迁，企业之间的竞争方式也发生了很大的变化。

经营环境和竞争方式的变化已经远远超过通常的产品、技术、营销等所能操作的范畴，更不是传统思维所能解决的。

中国的产业结构正面临着产业升级和转型，中国企业亟需战略转型和商业模式的创新。

当前，中国企业正面临着市场化进程以来最严峻的挑战！

事物从来都是两面的，挑战的背后其实蕴藏的是机遇。

强者的作为恰是从挑战中发现机遇，从危机中寻找转机。

强者的成功，是在不断地迎接挑战和战胜危机中炼就的。

今天的时代是中国企业面临前所未有的压力和挑战的时代，今天的时代更是产生和造就真正的强者的时代。

那么变革的时代如何应对？

新时代需要新思维，新时代需要新的“商道”来指导企业成长。

## &lt;&lt;破局&gt;&gt;

## 内容概要

今天，随着全球经济的演变，中国经济环境的变化，中国企业正处于一个前所未有的变革时代，经营环境和竞争方式的改变已经远远超过通常的产品、技术、营销等所能操作的范畴，更不是传统思维所能解决的。

高成本、过度竞争、全球一体化、“中国制造”危机、世界经济减速……面对现时经济环境的变化和企业所处的困境，对于正处于转型期的中国企业来说，面临着严峻的挑战。

在新的竞争形势和市场环境下，如何创新才能让企业在正确的方向上发展？

如何寻找和建立适合自己的商业模式？

如何在现有的基础上进行商业模式的创新，以突破竞争的瓶颈和环境的困局？

企业家们都在探寻着解决之道。

本书从商道的本源出发，站在满足客户价值最大化的高度，以产业价值链的角度，通过建立一个创新性的“思维-战略-模式-赢利”的思维体系，给中国企业家提供了一整套指引企业成长的不同于传统思维的以价值创新为内核的商业模式设计与创新的核心逻辑和思维方法，帮助企业家们掌握成功商业模式的关键环节和其内在逻辑，让企业在竞争中始终站在制高点。

在变革的时代，企业唯有走上创新之道才能破局而出！

本书既明确了企业如何“做正确的事”，也阐述了企业如何“把事做正确”，是一本企业家不可或缺的工具书，它将指导企业家们将平常学到的知识和积累的经验进行系统的整合并加以有效的组合运用。

## <<破局>>

### 作者简介

李波，北京聚智共达管理咨询有限公司总策划，中国著名的实战派战略专家，商业模式创新专家。

20年的工作实践，从业务员到总裁的成长历程，为数百家企业战略创新的知识积累铸就了专业 and 高度。

凭借卓越的产业洞察力、市场判断力和战略创造力，协助上百家企业成功进行了战略转型和商业模式创新，如贝发（2008年北京奥运会文具独家供应商）、千喜鹤（2008年北京奥运会冷鲜猪肉及猪肉制品独家供应商）、天通股份（全球软磁行业排名第三）、盾安控股、奥柯玛、火车头科技、双金机械等企业。

近年来，主要从事企业发展战略规划、商业模式创新等项目的咨询策划以及针对企业家的商业模式设计与创新课程培训。

书籍目录

第一章 思维超越 第一节 中国企业面临的七大挑战 第二节 思维创新是所有创新的源头和土壤 第三节 建立新的思维方式 第四节 运用创新的思维方法第二章 定位领先 第一节 准确的战略定位是企业成功的开始 第二节 战略定位是企业的战略抉择第三章 战略制胜 第一节 战略是企业成长的路径 第二节 战略管理的核心逻辑 第三节 企业使命描述 第四节 战略运用第四章 价值赢利 第一节 利润增长模式 第二节 赢利模式 第三节 赢利模式的特征 第四节 赢利模式设计第五章 潜能激发 第一节 战略实施的核心逻辑 第二节 潜能激发第六章 模式创新 第一节 商业模式创新 第二节 商业模式创新的三个层面 第三节 商业模式创新的思维路径参考文献后记

## &lt;&lt;破局&gt;&gt;

## 章节摘录

3M和宏暮的内部创业案例说明，当企业在现有业务中拥有一系列有竞争力的资源和能力，可以利用或通过竞争力组合进入新业务领域时，内部创业是通常的做法。

内部创业可以充分利用企业的现有资源和能力，以较低的成本进入新的业务领域。

内部创业也存在一些缺陷。

由于内部创业开发的新业务，往往需要几年时间的市场运作才能形成市场规模，如果新业务不能满足客户的需求而获得商业化的成功或者因经验不足、操作不当而不能建立竞争优势，都有可能让内部创业失败。

#### (4) 合资。

企业为了规避收购的风险，一般通过合资进入新的市场或业务领域。

合资就是两家公司共同投入资本成立合资公司，分别拥有部分股权并共同分享利润、支出、风险及对该公司的控制权。

合资有助于企业分摊新项目的成本和风险，通过合作双方优势互补，提高了成功创办新企业的可能性。

1) 一般来说，两家公司合作并成立合资公司的原因如下： 第一，资源互补。合资的两个企业之间，一般都具有互补性的资源或能力，通过合作互补提高了成功创办新企业的可能性，双方都获得了进入新市场的利益。

例如，索尼和三星之所以合作投建液晶显示器厂，是因为三星强大的制造能力和众多的新技术正是索尼所需要的，索尼希望利用这些来保住自己的霸主地位，三星借此可以巩固在全球液晶显示器市场中老大的地位。

第二，分散风险。

合资常常是两个从事同一或相关产业的竞争企业之间的合作，除了强强联手开发新的业务或共同开拓新的市场，双方还可以分担风险。

例如，索尼和爱立信合资共同开发手机市场，双方各持50%的股份，共同分享利益和分摊风险。

第三，进入新市场。

合资也是为了快速进入他国或地区市场，同时降低风险，与当地的企业合资。

例如，通用汽车与丰田汽车在美国合资成立新联合汽车制造公司，通用借此了解日本汽车的设计技术，而丰田则以此为进军北美市场的基地；国外很多公司进入中国市场时，都是从成立合资公司开始的。

## <<破局>>

### 编辑推荐

思维超越：决定企业的高度；定位领先：决定企业的方向；战略制胜：决定企业的优势；价值赢利：决定企业的增长；潜能激发：决定企业的效率；模式创新：决定企业的发展。

变革时代的创新之道。

决定企业成败的核心逻辑，创建成功企业的系统思维。

新的竞争形势和市场环境下，如何寻找和建立适合企业的商业模式？

如何在现有的基础上进行商业模式的创新，以突破竞争的瓶颈和环境的困局？

<<破局>>

#### 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>