

<<商业三国志>>

图书基本信息

书名：<<商业三国志>>

13位ISBN编号：9787564210984

10位ISBN编号：7564210982

出版时间：2011-9

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：(日)石井淳藏 等著，代小燕 译

页数：192

译者：代小燕

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>

## <<商业三国志>>

### 内容概要

由石井淳藏和栗木契等编著的《商业三国志》分为两部分，共6个案例，每个案例解析一个产业：高品位啤酒（三得利VS麒麟VS三宝乐朝日），汉堡包（麦当劳VS摩斯汉堡VS依特利），笔记本电脑（松下VS索尼VS联想）。

健康绿茶（花王VS三得利VS伊藤园），婴儿纸尿裤（尤妮佳VS花王V宝洁），家用游戏机（任天堂VS索尼VS微软）。

《商业三国志》以翔实的案例加重点分析点评的方式成书。

## <<商业三国志>>

### 作者简介

栗木契副教授 1997年 神戸大学大学院经营学部博士课程修了 2003~现在  
神戸大学大学院经营学科副教授 研究方向：营销管理、品牌管理 流通科学大学校长。  
神戸大学名誉教授。

博士（商学）（神戸大学）

1975年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

曾为同志社大学商学部教授、神戸大学经营学部教授、神戸大学大学院经营学研究科教授，从2008年任职至今。

主要著作有《品牌—价值的创造》（1999年、岩波新书）、《营销的神话》（1993年、日本经济新闻社）等。

流通科大学商学部准教授。

博士（商学）（神戸大学）

2006年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

从2004年任职至今。

主要著作有《这样做销售》（2006年，日本经济新闻社，共著）等。

立命馆大学经营学部教授。

博士（商学）（神戸大学）

2004年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

曾任世界穆基·网络董事，2005年，就任于立命馆大学经营学部助教授。

从2008年任职至今。

首都大学东京大学院社会科学研究科准教授。

博士（商学）（神戸大学）

2005年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

从2007年任职至今。

主要著作有《这样做销售》（2006年，日本经济新闻社，共著）、《营销优良企业的条件》（2008年，日本经济新闻出版社，共著）等。

## <<商业三国志>>

### 书籍目录

#### 第1部 新市场的创造

##### 第1部序言 商业三国的目标

##### 第1章 高品位啤酒

三得利VS三宝乐VS麒麟朝日

首先——没有固定界限的市场

高品位啤酒市场是怎样形成的

三得利的“ ThePremiumMa1t's ” 品牌啤酒

三宝乐的“ 惠比斯 ” 啤酒

普通啤酒商家的对策——朝日和麒麟

4种不同的市场观

交错相织的市场观

麒麟采取积极主动战略的理由以及朝日采取不作为方针的理由

三得利和三宝乐在品牌形象上的差异

是什么力量在维持着市场的秩序？

本章小结——市场并不是只有一个

##### 第2章 汉堡包

麦当劳VS摩斯汉堡VS依特利

快餐产业不只有内部竞争

最初的竞争

成熟期的竞争

为什么低价格战略适合麦当劳

摩斯汉堡并非一开始就采用高价格战略

高价路线上的再一次领先

依特利最初的“ 反省 ”

本章小结——拥有正确的自我认识改变竞争姿态

##### 第3章 移动式笔记本电脑

松下VS索尼VS联想

与击败竞争对手有稍许不同的笔记本市场

从试销售开始的ThinkPad

疯狂的消费潮流“ 笔记吧 ”

将设计变为风潮的VAIO（影音集成操作）

和薄型的诀别——“ 笔记吧 ” 的转机

由“ 关注焦点 ” 所产生的意识

本章小结——创造市场时进行的斗争

##### 第1部总结 市场的创发

#### 第2部 三国志的理论

##### 第2部序言 叙述三国之间竞争过程的意义

##### 第1章 健康绿茶

花王VS三得利VS伊藤园

首先——为什么健康茶引人注目

花王“ 露西亚绿茶 ” 在很大程度上改变了市场

绿茶战争

人们身体内部也存在着花王的保健产业

三得利的健康食品项目组

## <<商业三国志>>

露西亚和黑乌龙茶在概念上的迥异

为什么选择30岁以上的人群和便利店

意外的反应

饮料厂家明明是想做出比较可口的饮料结果却……

浓的、涩的——对绿茶市场的影响

后发售为什么会有利

本章小结——对预想不到的事物的反应能力

### 第2章 婴儿用纸尿布

尤妮佳VS花王VS宝洁

序论——直到拥有压倒性的市场占有率

纸带和内裤——婴儿用纸尿布的产品特性

到成熟期为止的竞争

纸尿裤的市场、人口处的激战、出口的发现

出口——尿布在末期市场的竞争

入口——面向新生儿的竞争

摇摇晃晃时期的市场竞争——内裤型

尤妮佳——潜在需求“目前”的发现

宝洁——内裤型纸尿裤的再开发

花王——“如果没有坚实的思想就制造不出任何商品”

帮宝适在“爬行”时期的竞争——意料之外的使用方法

本章小结——日常的观察、空白市场、公司的强大

### 第3章 家用游戏机

任天堂VS索尼VS微软

营销中需要“历史观”的理由

成败的关键

家用游戏机产业的兴起

3个转折点、3个结构

家用电脑红白机（任天堂所制）有什么过人之处？

PS3的大逆转

Wii（任天堂所制）所创造出来的东西

本章小结——组合市场实现的竞争

第2部总结 没有预料到的“渔翁之利”的发现

致谢词

<<商业三国志>>

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>