

<<蓝海中国战略从决策到执行>>

图书基本信息

书名：<<蓝海中国战略从决策到执行>>

13位ISBN编号：9787801107541

10位ISBN编号：7801107543

出版时间：2006-12

出版时间：北京民航图书发行部（原中国民航出版社）

作者：雾满拦江

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>

## <<蓝海中国战略从决策到执行>>

### 内容概要

这是一部集成了中国近十年来蓝战略成功方案的书，它通过对中国企业案例进行分析细化了执行工具，提出中国式蓝海决策及执行思想，通俗的语言和本土化特色使它完全可以作为中国企业蓝海战略的应用手册。

本书不是机械地解释蓝海战略的合理性，相反，它从国人的思维特点入手，解析名词，确定概念，引用实例，在论述蓝海战略核心思想的基础上，推重价值发现。其所涵盖的范畴超过了任何一本国内企业战略著作；从政治到经济，从管理到营销，从现代管理科学到中国传统文化，从组织系统学到组织设计的基本概念，全面剖析了蓝海战略如何能够在企业中形成并得到有效执行。

该书的最大特点是实证性分析，其内容涉及了汽车业、房地产业、软件业及通讯业等多个行业的蓝海战略案例分析，在追溯了中国市场经济十多年的过程中，应用蓝海战略对诸多国内行业进行了剖析。更重要的是，本书以蓝海战略重新构建了现代管理学的价值概念，为国内企业制定战略提供了一套极具参考价值的文本。

## <<蓝海中国战略从决策到执行>>

### 作者简介

雾满拦江，著名财经网络写手，实战派企业管理研究专家。

2004年出版的本土企业管理畅销书《职场动物进化手册》，被《经济观察报》评为“2004年最佳商业书”。

近两年还出版了四部本土企业管理图书和财经小说：《笨主管》、《总裁韦小宝》、《大商圈·资本巨鳄》、《黑金道》。

## <<蓝海中国战略从决策到执行>>

### 书籍目录

序章 商业思想的原始回归为什么宏基董事长王振堂拒绝“蓝海战略” 逍遥游：蓝海中的庄子价值创新是企业赚钱的艺术给中国企业的两道测试题第一章 价值创新：我们别无选择 改变游戏规则，不战而胜关于蓝海战略的疑问 走出红海思维寻找回丢失的使用价值企业战略布局图从发现到创造的难题检验企业价值创新效果：客户消费心理链条小结 第二章 中国蓝海战略行业分析中国企业二十年：蓝海思维与创新神秘的先行者：李永军三级跳破除规则：饱受攻讦的孙宏斌超越竞争：创业大师赵琪华康佳手机：是“蓝海”还是又一个“红海” 奇瑞QQ与东风雪铁龙：汽车业蓝海战略启程蓝海金蝶：徐少春能否跳出竞争的宿命小结 第三章 蓝海决策：新时代的博弈法则 囚徒的蓝海战略新博弈，新规则系统的合作与对抗不同的问题设计导致不同结果有效问题设计五原则小结 第四章 工具与运用让蓝海战略在企业内部萌生工具的效用法则角色分析工具价值分析工具效用分析工具韩国LG：他们这样生产手机小结 第五章 蓝海战略，谁的蓝海 蓝海战略的不同形态什么样的团队更易于找到蓝海冲突型企业的蓝海战略冷静型企业的蓝海战略稳健型企业的蓝海战略小结 第六章 蓝海团队从红海向蓝海靠拢团队进化法则之一：放弃领先的强迫性冲动团队进化法则之二：破除自我的藩篱团队进化法则之三：创造团队的蓝海精神团队进化法则之四：提升团队的蓝海智能团队进化法则之五：重建团队的蓝海基因蓝海团队法典小结 第七章 蓝海执行执行设计：企业应该补上的一课执行力五大误区：是应该说破真相的时候了执行设计第一步：创造企业的蓝海思想执行设计第二步：全景规划蓝海战略执行设计第三步：打破系统屏障执行设计第四步：破除隐秘规则 执行设计第五步：开创产业新流程执行设计第六步：系统化全局作业小结 第八章 新航海时代三千年未有之变局推倒产业藩篱，重组技术市场赋予你找到蓝海战略的能力

## <<蓝海中国战略从决策到执行>>

### 章节摘录

书摘关于蓝海战略的疑问 事实上，蓝海战略从问世以来，就一直面临着业界的质询：此一理论与差异化营销有何本质区别？冒险实施蓝海战略的企业会不会被竞争对手趁虚而入？寻找蓝海的结局会不会误入“死海”？有什么证据表明成功的企业都是基于蓝海战略而成功的？这一成功的持久性又有何依据？如果我们不能够解决由此而带来的疑问，价值创新与蓝海战略就无从谈起。

我们已是期待得太久，太久。

从一开始，我们的企业就在进行着一场赌博游戏，为了获得企业有利润的进步，于群狼突至的市场上杀出一条血路来，中国的企业无所不用其极，病急乱投医一般地尝试了数不清的花样，从对营销策划的不屑一顾到疯狂追捧，从挥舞着资本大棒四处收购到国际化征程，从推崇渠道为王到不惜血本地自建销售终端。

价格战让企业大伤元气，概念战使企业伤筋动骨，终端的拼抢沦为了企业投入的无底洞，将那些辛辛苦苦来之不易的利润吞蚀殆尽。

每一家企业都渴望着差异化，每一天我们都在喊叫着创新，但竞争之中的企业却是越来越同一，越来越分不出彼此你我。

从市场营销、企业管理、人才结构、产品线分配、供应链和物流管理、资本结构、政府关系与公关策略、售后服务、财务管理与监控、风险管理及机制等各个方面，我们已经很难区分此一家企业与彼一家企业的异同，尽管差异化经营的口号越喊越响，但是，低成本与高价值的两难夹磨，却最终迫使更多的企业向彼此看齐，差异化经营只能是沦于形式，企业已经拼到了头破血流，已经是江郎才尽，无计可施了。

面对企业的困惑，《蓝海战略》断言：价值创新是蓝海战略的基石。

并认为：是否将开创蓝海作为公司的战略取向，这是区分战略的成功者与失败者的一贯标准。

那么，我们究竟是以什么标准来衡量企业的战略是否可以纳入“价值创新”的范畴？如果我们找不到这么一套应用工具，企业也就无法区别自己的战略行动究竟是仍然位于惨烈搏杀的红海，还是已经扬帆进入了前景无限的蓝海。

价值创新到底指的是什么？所谓的企业战略行动——通过提供创新产品和服务，开辟占领新的市场空间，创造巨大的需求，这一系列战略行为背后所隐藏的真实模式与思想究竟是什么？是否那些真正拥有蓝海思想的企业战略行为，就一定会获得成功？是否那些没有选择蓝海战略的企业，就一定会失败？所有这些问题的提出及概念的厘清有助于我们重新认识市场，认识企业与战略。

从企业的视角来看，《蓝海战略》筛选了所有能够支持这一体系的国际成功案例，但这远远不够，如果我们真的想掌握这把能够摆脱竞争宿命的全新战略思想，我们还需要对更多的、远不足以支持蓝海战略思想体系的案例进行扫描：P16-17

## <<蓝海中国战略从决策到执行>>

### 编辑推荐

这是一部集成了中国近十年来蓝海战略成功方案的书它通过对中国企业案例进行分析细化了执行工具，提出中国式蓝海决策及执行思想。

通俗的语言和本土化特色使它完全可以作为中国企业蓝海战略的应用手册。

该书的最大特点是实证性分析，其内容涉及了汽车业、房地产业，软件业及通讯业等多个行业的蓝海战略案例分析，在追溯了中国市场经济十多年的过程中应用蓝海战略对诸多国内行业进行了剖析。更重要的是本书以蓝海战略重新构建了现代管理学的价值概念为国内企业制定战略提供了一套极具参考价值的文本。

<<蓝海中国战略从决策到执行>>

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>