

<<藍海策略>>

图书基本信息

书名：<<藍海策略>>

13位ISBN编号：9780004171197

10位ISBN编号：0004171195

出版时间：20050805

出版人：天下遠見出版股份有限公司

作者：金偉燦 (W. Chan Kim) , 莫伯尼 (Ren é e Mauborgne)

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>

<<藍海策略>>

內容概要

天下文化2005超級重點推薦！

全球售出25種語言版權，打破哈佛商學院出版社授權紀錄！

韓國總統、LG家電、全球各大企業搶先閱讀中！

120年、30家企業、150項策略的變遷研究分析

顛覆傳統策略思維，為掌握未來開拓一條大膽全新的路徑！

僅發行硬皮精裝，呈現最佳質感超越惡性競爭

開創藍海商機本書提出的是「不靠競爭而取勝」（Winning by Not Competing）的全新策略思維。

自工業革命以來，企業競爭激烈並競相追求獲利永續成長，公司競爭以搶占優勢，市占率，力求差異化。

然而這些競爭策略絕非未來創造獲利成長的正途。

本書挑戰你認知中的所有策略模式，W。

Chan Kim與Ren é e Mauborgne強調，割喉競爭的唯一下場，就是血染成河（紅海），不分敵我都得承受獲利縮減的後果。

本書依據百年來30家企業的150項策略變遷研究，作者認為，真正持久的勝利不在競爭求勝，而是創造「藍海」（blue oceans）—嶄新未開發的市場空間，逐步發展成熟。

作者稱這種策略為「價值創新」（value innovation）—創造重大價值，讓對手相形見绌，無法趕上。

本書兩位作者都任教於法國最負盛名的INSEAD商學院，他們研究百年來三十家企業體的一百五十個策略個案，發現割喉式的競爭只會造成一片血海；真正獲利的企業徹底甩開對手自闢沒有競爭的新市場。

藍海策略強調價值的重塑和創新，而不偏執於技術創新或是突破性科技發展。

作者指出，能夠超越競爭的成功的企業，不是去挖掘自己的顧客需要什麼；而是研究非顧客的需求。

過去企業在紅海中廝殺，彼此競爭的是價格，只能靠大量生產、降低售價來獲取利潤。

本書提出，成功的企業應同時追求差異化和低成本，創造出屬於自己的市場。

<<藍海策略>>

作者簡介

金偉燦 (W. Chan Kim)

歐洲商業管理學院策略與國際管理教授，波士頓Bruce D. Henderson的主席。

在加入INSEAD之前，他是密西根商學院的教授。

他擔任許多跨國公司的董事會成員或顧問並發表了大量專業論文，並獲得Eldridge Haynes獎。

莫伯尼 (Ren é e Mauborgne)

歐洲商業管理學院的傑出學者並擔任策略與管理教授。

世界經濟論壇(WEF)的研究學者。

目前的研究領域，着重在知識經濟的策略、創新和財富創造。

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>