

# 竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略



[竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略\\_下载链接1\\_](#)

著者:詹姆斯.弗.穆尔(美)

出版者:北京出版社

出版时间:1999-01

装帧:平装

isbn:9787200033571

## 简介

正如大家所知道的，这是一本在战略思考方面取得突破性进展的书，它预示了竞争的衰亡。为了揭示在当今竞争的条件下隐藏着的模式，詹姆斯·穆尔提出了新的方法，清晰地、战略性地、系统地思考令人琢磨不定的未来。

穆尔用生态学的健全的隐喻解释了各种公司的发展情况，例如，国际商用机器公司、英特尔公司、微软公司、电报电话公司和太阳微系统公司之间的合作与竞争的关系；苹果公司和坦迪公司之间为了进化而展开的竞赛；沃尔—玛特百货公司对付克玛特百货公司的区域策略。他密切关注着像克莱斯勒和福特这样的汽车公司是如何在商业生态系统中共同生存与共同进化的，

就像有机体在自然界中所做的那样。其目的是为顾客生成新的价值，改善每个公司的竞争地位。

穆尔不仅提供理解这些混乱的联合体发展的结构，而且也提出了很多远见卓识。他以崭新的战略和领导方法，从自己的视角阐述了最热门的经济竞争的中心领域——计算机、媒体、通讯、零售业和保健业。像吉姆·亨森、米切尔·奥梯茨、安迪·格罗夫、萨姆·沃尔顿等企业家们，他们的战略发展方向很好地说明，我们所了解的原有的娱乐业、教育业、保健业等行业，都发生了巨大的变化。

公司仅拥有一种商业模式是远远不够的，领导们必须建立具有分享意义、产生特殊恢复力和机动性、抵御灾难的强健的共同体。读者们发现，自己正积极地扮演着公司经营者、商业活动者或田野自然主义者的角色。在这个世界里，新的技术、商业进程、生命组织形式都持续不断地涌现出来，使生态系统发生天翻地覆的变化

作者介绍:

目录: 目录

简介

第一章 竞争的衰亡

对生态学与商业现状的威胁

对领导商业进化的展望

理解变化的结构

共同进化：一起工作，创造未来

新的方法在扩展，行业界线在消失

指导行动的新逻辑

向用新方法投资的公司学习

商业领导的特殊任务：创建志同道合的共同体

新的商业生态学

第二章 生态学的隐喻

对商业和生态系统的新透视

“信息空间”的独特之处是什么？

在信息空间中制定战略

不断扩展的地盘——诸多生态系统之家

美国电报电话公司和商业生态系统

你为哪些生态系统作贡献？

第三章 领导商业生态系统

制定战略应着眼于创建新的微观经济和财富  
价值和影响成为衡量领导的尺度  
管理方式必须日日更新  
生态系统战略的前提  
实力和竞争力来自共同体  
在商业生态系统中的竞争优势  
你不能独自行动  
多维运动创造竞争优势  
第四章 商业生态系统的阶段  
创造性地联结商业诸要素，建立新的价值  
总经理的角色：创造有协作能力的秩序  
关于共同进化时代和阶段的思考  
第一阶段：开拓生态系统  
第二阶段：生态系统的扩展  
第三阶段：对生态系统的领导  
第四阶段：自我更新或死亡  
第五章 汽车与共同进化：行动的阶段  
共同进化时代的多样性  
商业共同进化的案例研究  
第一阶段：从无马马车到有发动机的汽车  
第二阶段：大规模扩展工业生态系统  
第三阶段和长时间的停滞  
日本出现了不同的生态系统  
回到美国汽车生态系统的第四阶段  
一个新的、快速发展的周期  
开放的第三阶段：标准化经济  
领导开放生态系统的三个战略  
“绿色”超级轿车会摧毁底特律汽车城吗？  
短暂的稳定  
第六章 第一阶段：机会的范围  
从恰当的试验到直接学习  
梦想家俱乐部  
典型案例：星光的远见  
星光计划的纲要  
开始行动  
在索马里的大地上  
创造性地解决问题  
开始前进  
准备扩展  
在他人看到危险的地方看到机会  
选择有助于学习的顾客群体  
从有自然边界的市场中开始  
提供可以扩展与改进的早期产品  
在可以最终形成规模的商业进程中投资  
建立一个可以创造联盟的组织形式  
利用所有权和其他承担风险的形式，加强与关键支持者的联系  
竭尽所能，使自己同规范社会价值及政府政策的势力形成共生关系  
观察未来，预见所需  
第七章 第二阶段：革命的传播  
促进商业生态系统的多样化  
设计令人注目的、可升级的、具有新价值的蓝图  
采取一系列行动，扩展生态系统

控制生态系统的扩展速度  
创建新的生态系统，改变生活  
完成总的产品、工艺及组织结构  
哪些组织对产品结构的关键元素负责  
哪些组织控制主要的商业过程  
生态系统领导意味着创建参与的框架  
恰如其分地利用前辈的生态系统  
扩展生态系统时要考虑你自己的处境  
第八章 第二阶段（续）：保卫革命  
生态系统之间竞争的危险  
引以为戒的故事  
成功扩展的故事  
离开繁华的商业街  
克玛特和沃尔玛特来了  
清除杂草  
学会遥控管理  
把第二阶段的劣势变成第三阶段成功的基础  
成绩卡  
考虑整个系统的力量  
在你的商业中应用建立边界的方法  
沃尔玛特后记  
第九章 第三阶段：红色女王效应  
第三阶段：生态系统内部竞争的爆发  
第三阶段的不同角色  
共同体繁荣的时代，但是大部分参与者的利润在减少  
赢家与输家  
开拓一条创新之路  
重要性：提高最终顾客对你的价值认同  
在生态系统的产品、过程和组织内部建立嵌入  
开展持久的运动，加强重要性和嵌入  
通过生态系统的透镜：英特尔的挑战  
创建持久运动：英特尔的反应  
对未来竞争的想象  
无处不在的英特尔  
第十章 第四阶段：新生或死亡  
最后的挑战  
危机中的保健——一种机会环境  
创建行动的基础  
纵览风景  
“有偿服务”——美国保健业所建立的生态系统  
新生态系统形成的三种方法  
开发有效信息  
对需要转变的商业生态系统施加影响  
第十一章 个人观点  
发展个人生态系统  
把商业生态系统纳入更宽广的范围  
．．．．．(收起)

[竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略 下载链接1](#)

## 标签

商业生态系统，值得关注研究

商业

竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略

商业生态

管理

组织理论

管理学

竞争

## 评论

太水了……formal theory在哪里？

-----  
商业生态系统值得关注

-----  
不知所云。

-----  
思想有启发性，但书糟糕透顶！

-----  
内容还是可圈可点的，可以与“商业模式”一同考虑。就是翻译的不太细致，好多词及顺序翻的不好，导致意思混乱。主要讲如何围绕创新的想法组织生态系统，共同演进，共同发展。

-----  
[竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略\\_下载链接1\\_](#)

## 书评

思想有一定启发性，强调关注机会环境，突破行业界限进行战略设计。  
但书本身实在是太烂了，首先是很多概念相当空泛，也没有解释，不知所云，其次中间提出很多的观点，实例都是提个名字就完了，让人不知道到底是个什么东西，第三写作过程中东拉西扯，完全不知道重点何在，第四过...

-----  
[竞争的衰亡——商业生态系统时代的领导与战略\\_下载链接1\\_](#)