

发现利润区



[发现利润区_下载链接1](#)

著者:亚德里安·J·斯莱沃斯基

出版者:中信出版社

出版时间:2003-8

装帧:平装

isbn:9787800738319

作者简介

亚德里安·斯莱沃斯基是畅销书《发现利润区》、《利润模式》以及《你的企业数字化程度如何？》的合著者，是《价值转移》一书的作者。他毕业于哈佛商学院和哈佛法学院。他现在担任美智管理咨询公司的副总裁，该公司是一家全球性管理咨询公司，主要致力于开发变革的市场中的利润成长战略。

内容简介

公司的核心要义是生产利润，这是自亚当·斯密以来对企业经济活动最简约的描述。本书中提到的利润区，指的是为公司带来高额利润—不是平均利润，不是同期变化的利润，也不是短斯的利润—的领域。在利润区之内，持续和高额的利润将为公司带来巨大的价值。

本书创造性地引进了一组新的观念，揭开了企业赢利的奥秘。即高额利润是如何以及如何产生的。书中探讨了创新者们使用的多种赢利模式，并深入12家当今最成功的企业内部，分析他们的利润策略，研究他们在产品市场和资本市场的成功，了解他们如何做出深思熟虑、清醒、合理的企业设计方案。这些方案帮助他们清晰地判断利润区的所在，并且根据利润区的转移，迅速调整客户群的选择，价值的获取，产品差别化和业务范围的具体措施。正是依靠这些经验，使得这12家企业的领导者曾经为他们的股东创造出7000亿美元的价值，同时使得公司在满足客户需求时总比竞争对手领先几

步：

- 任何一家公司都能从杰克·韦尔奇在通用电气的“销售的是解决方案”的企业设计中获得经验；
- 罗伯特·郭思达认为顾客并不只是惟一重要的客户，这一判断如何为可口可乐战胜百事打下基础；
- 为何查尔斯·施瓦布的配电盘设计在金融服务业创出为成百万新客户服务的经营之道。
- 中小型公司的管理者以及大型公司的中层管理人员如何运用本书的设计，使他们的公司进入利润区。

本书还专门为中国企业家提供了中国企业设计的启发性案例，这些案例研究表明，当中国企业首先把客户放在最优先的位置，它们就能成功地与外国企业竞争。企业设计原理不仅对于中国企业家有着巨大的价值，那些肩负着对国有企业改造的经理和官员们也有很大的帮助。

这是第一本分析高额利润机能的书，并讨论了如何在各行业中学习和运用这些利润模型。书中还提供了一个独特的工具包——利润手册，以供企业系统地应用这些观点。

作者介绍:

目录: 序言

前言

第一部分 在变化的经营环境中取胜

第一章 市场份额已经过时

第二章 以客户为中心的企业设计

第三章 利润如何产生

第二部分 创新者及其成功的案例

第四章 杰克·韦克奇——为客户提供解决方案的企业设计

第五章 三个管理者的故事——平凡人物的企业设计创新

第六章 尼古拉斯·G·哈耶克——产品金字塔型的企业设计

.....

第三部分 利润区手册

.....

附录1 企业设计

附录2 企业设计与公司市场价值

附录3 在中国市场实现价值增长

• • • • • [\(收起\)](#)

[发现利润区_下载链接1](#)

标签

商业

商业模式

营销

利润

管理

战略管理

战略

经济

评论

- 1.跳着看的，先看了第一、三部分，以为只是老调重调。第二部分看呆。果然抽象是具体的升华，但是没有具体完全无法理解抽象的深意。
- 2.企业的存在是为了赚取利润，利润来自于以客户为中心的企业设计；其实指的是应该如何制定企业战略，而且无形中又契合了《蓝海战略》的思想。

: F275.4/4843-1

今天等老板的时候读了下，有新思路，但是不够深刻太泛泛…

不错，让你了解那些被各种教科书、案例书、杂志、新闻称道的经久不衰的500强企业深层次的商业模式。

这是一本讲解盈利模式最好的一本书。

企业赢利模式论述

大部分公司经营目标关注的都是市场占有率吧，都认为市占提升后，通过规模效应利润就会随之而来。实际上，在很多行业市占越做越大后，利润反而变更少了，尤其在用户强势，大部分产品本身免费的互联网行业。市场占有率会带来增长的假象，财务模型不合理的增长其实是一种危险。想起前两天王慧文在内部会上说的，过去的很多商业理论现在根本没办法用，因为现在很多的"极具价值"的企业经历的不是零利润而是负毛利。应该也是这种感触吧

走到前线去，和客户在一起，观察客户，预测客户，观察自己的和行业的价值链，监测竞对的发展。20160129于嘉兴。

太过宏观，不针对行业，一小时翻完

面向传统企业，并无太多新意。

@唐宁

圈地运动

跳读的，这种分类方式并不能说服我，觉得有些案例对应的论据太抽象了。我觉得做研究的人写的书还是不如企业家。

总结与推广，特殊性与普适性的探究。

此书一般，而且太贵...

底层逻辑、顶层设计的根本讲得不透彻……

真不知道是翻译的问题，还是原作者脑袋不清楚。。。泛泛而谈的一本书~~对实务没什么帮助。

翻过，有案例有工具，以后要分析问题的时候可以查用。

这本书的观点是没问题的，规模大和利润高是两会事儿。但知道这个观点后的详细案例没看。

很不错的书

[发现利润区 下载链接1](#)

书评

本书总结了22种赢利模式，配合案例，有一定的解释力，但有的模式稍显牵强和薄弱，模式之间存在模糊与交叉，并不严谨。
在金字塔模式中，作者提到，控制产品金字塔顶部的企业，会推出面向低端的防火墙产品，以阻止竞争者从低档产品开始的破坏性创新（记得有一本书专门讲自底向...

【走到前线去，和客户在一起，观察客户，预测客户，观察自己的和行业的价值链，监测竞对的发展。】第一章，市场份额已经过时
高市场份额不一定带来高利润。无利润区是企业的黑洞。【但是为什么现在的互联网企

业疯狂的敛众？ eg JD一直高增长但一直亏钱——考虑到本书的年代性...

书评人： 荣振环

你如果发现赚取利润是一件很难的事，我建议你看看这本书，并且重新思考你的商业模式和利润模式。

《基业常青》一书中提到一句话很到位：企业的利润就像人体需要的食物、氧气和水一样，没有他们就没有生命，但是这不是生命存在的目的和意义。 ...

有习惯把看到别人推荐的、觉得不错的书列一个欲购书单，以前在电脑里，现在基本上就都在豆瓣上了。买书时在自己的想看书单里察看，有觉得好，当当或者是卓越上又有的，便买了来。这本书，便是被我不知何时列入书单，而此次终于买了的。一次买了8本书，我就随着自己的性子看，先...

本书把如何围绕客户及创造客户价值的营销理念与财务基本概念结合起来，针对市面上的成功企业，抽象出一些可以借鉴的模式。虽然不够严谨，但却颇具参考意义。企业可以通过阅读这些例子，来启发创建出自己的独特的商业模式。这本书中提出的紧贴客户而不是仅仅依靠抽象市场调...

制定战略时,我们需要好几项工具. 虽然不是说工具越多越好,但是,没有工具时,也会限制我们的思维. 限制我们的思维内容. 中国人在思考战术时,一套又一套,让他落实到战略时,就开始茫然了. 为什么?因为很多人没有看到这些战术背后的商业逻辑在哪里,也不清楚自己是不是在创新. 很...

利润如何产生? 也许你觉得,我生产出让顾客喜爱的产品,提供更好的服务,更低的价格,再加大市场占有率,直接把产品卖掉,去掉成本,利润就产生了. 我想,有这种想法的人绝对不少,否则中国市场就不会出现那么多以单

纯依靠卖产品而获利的企业了. 如果正如以上所说,那么,作...

这本书的最大用处不是帮助你创业，而是帮助你写商业类文章。
只需要记住12条核心就可以： 1、我的客户是谁？ 2、客户偏好任何变化？
3、哪些人应该是我的客户？ 4、如何为客户增加价值？ 5、如何才能成为客户首选？
6、盈利模式是什么？ 7、目前的企业设计是怎么样的？ 8、真正...

致亲爱的你：
Hi，见信如面！谈谈利润区吧！欢迎开启阅读，当然，更期待你的精彩留言。
愿每日微小知识激发你的深刻思考。（全文共计2553字，建议阅读时间：8分钟）
那，我们开始吧 一、利润和使命
基业长青中说，企业的利润就像人体需要的食物、氧气和水一样，没有他们就...

悖论无处不在。原本是希望通过竞争，抢占市场，获得更多利润，经过一番鏖战，市场拿到了，但是结果发现利润不但没有增长，反而变少了。竞争不但没有成为企业获得更多利润的有力武器，反而成了行业利润的毒药，一番角力下来，产品商品化了，大家都不赚钱了。那么问题来了，不参...

体现公司价值的四个关键因素：销售利润率、预期利润增长率、资产效率、战略控制。
商品主导市场时代，市场占有率即可保证利润。现在随着信息的发展、竞争变得激烈，利润越来越薄，市场变化越来越快。客户的价值偏好处于变化中。只有企业设计能更高效的满足客户偏好来获得利润区...

这本书的价值不在于逻辑强健，而在于其对盈利模式的系统整理。作者是做管理咨询，这样的整理是企业思考战略时必须应该翻翻的手册。有人说它各个模式之间边界不清，逻辑不完善，我从商业的艺术性角度来说是不认可的。但，即便是有些严谨上的问题，亦丝毫不妨碍它给出的...

书里提出的观点我们或多或少在别的书里都有看过，比如：以客户为中心、战略计划、企业价值等。为什么我觉得这本书很好。
一、结构清晰。分为三部分，第一部分在变化的经营环境中取胜，讲市场变了，又追求市场份额到追求企业价值；第二部分顺应市场的创新者案例分析，对应以一...

这本书当时在图书馆翻完之后连带出来看的欲望都没有。不要去看了，免的浪费时间，除非你要写这方面的论文，充充字数那就另当别论……

[发现利润区_下载链接1](#)