

蓝海战略



[蓝海战略_下载链接1](#)

著者:[韩] W.钱·金

出版者:商务印书馆

出版时间:2005-5

装帧:平装16开

isbn:9787100044523

企业为了寻求持久的、获利性的增长，往往与其对手针锋相对地竞争。它们为竞争优势而战，为市场份额而战，为实现差异化而战。

然而在目前过度拥挤的产业市场中，硬碰硬的竞争只能令企业陷入血腥的“红海”，即竞争激烈的已知市场空间中，并与对手争抢日益缩减的利润额。在这本书中，作者对你所熟知的一切战略成功的定律提出挑战。他们认为，流连于红海的竞争之中，将越来越难以创造未来的获利性增长。

作者基于对跨度达100多年、涉及30多个产业的150个战略行动的研究，提出：要赢得明天，企业不能靠与对手竞争，而是要开创“蓝海”，即蕴含庞大需求的新市场空间，以走上增长之路。这种被称为“价值创新”的战略行动能够为企业和买方都创造价值的飞跃，使企业彻底甩脱竞争对手，并将新的需求释放出来。

《蓝海战略》为企业甩脱竞争提供了一套系统性的方法。在这本颠覆传统战略思维的著作中，作者展示了一套经过实践证明的分析框架和工具，供企业成功地开创和夺取蓝海。通过对各种产业中为数众多的战略行动的分析，作者还提出了成功制定和执行蓝海战略的六项原则。这些原则告诉企业，该如何重建市场边界、注重全局、超越现有需求、遵循合理的战略顺序、克服组织障碍并把战略的执行建成战略的一部分。

作者介绍：

W.钱·金是欧洲工商管理学院（INSEAD）波士顿咨询集团布鲁斯·D.亨德森战略和国际管理教席教授。在加入欧洲工商管理学院之前，他曾是密歇根大学商学院的教授。他也是欧洲、美国和亚洲一些跨国公司的董事会成员或顾问。他是达沃斯世界经济论坛的会员和欧盟的顾问成员。

勒妮·莫博涅是欧洲工商管理学院的杰出学者，战略和管理学教授。她也是世界经济论坛的会员。

金和莫博涅作为合作伙伴，在《管理学会期刊》、《管理科学》、《组织科学》、《战略管理期刊》、《行政管理学季刊》、《国际商业研究期刊》、《哈佛商业评论》、《斯隆管理评论》等专业期刊上共同发表了为数众多的有关战略和跨国公司管理的文章。他们在《哈佛商业评论》上发表的文章成为全球畅销文章，先后重印了50万份。他们还为《金融时报》、《华尔街日报》、《华尔街日报欧洲版》、《亚洲华尔街日报》、《纽约时报》、《南华早报》等报纸撰写文章。他们曾获得由国际商业学会和埃尔德里奇·海恩斯纪念基金颁发的埃尔德里奇·海恩斯奖，以表彰他们在国际商业领域的最佳原创性论文。金教授和莫博涅教授都是价值创新网络（Value Innovation Network, VIN）的缔造者，这个网络是由价值创新系列概念的实践者组成的全球社团。他们也是设在新加坡的价值创新行动库（Value Innovation Action Tank, VIAT）的董事会成员。

目录: 译者序

前言

致谢

第一部分 蓝海战略

第一章 开创蓝海

第二章 分析工具和框架

第二部分 制定蓝海战略

第三章 重建市场边界

第四章 注重全局而非数字

第五章 超越现有需求

第六章 遵循合理的战略顺序

第三部分 执行蓝海战略

第七章 克服关键组织障碍

第八章 将战略执行建成战略的一部分

第九章 结论：蓝海战略的可持续性及更新

附录一 开创蓝海的历史模式概览

附录二 重建主义的战略观点

附录三 价值创新的市场动态

注释

参考文献

作者简介

• • • • • (收起)

[蓝海战略_下载链接1](#)

标签

管理

蓝海战略

商业

战略

营销

经济

创新

市场

评论

总结出来了，畅销书读名字就行

内容不值5星，值5星的是开创性

对于市场以及产品创新在组织层面的理解有独到之处
因其高屋建瓴地立足于社会经济发展的状态 避开的竞争的陷阱 构建立足于当下
可实践的价值创造模式
帮助「传统」企业摆脱经营的红海。移动互联网的发展在某种程度上佐证了蓝海的存在
和其战略构想的可行性 十多年来依旧如此 牛逼

值得推荐。尤其是其中对于引爆点的理解，有豁然开朗之功效，理解加深了。。

一句话写成一本书的典范。

郑渊洁以前说，人生成功的秘诀就是独辟蹊径。

28/150

这版书的装帧简直就是屎，内容虽然是实打实的，但基本都被人演绎得耳熟能详了。

没看过，但是我相信这本书绝对是垃圾货。蓝海这个概念也是让人觉得很无语的概念。

只是把例子拿出来说，从结果推原因，而又没有深层分析，恕我浅薄看不出太多价值。

重新翻了翻这本几年前的书，觉得还是很NB。

看着一群研究商业牛人的书评，顿时让我不知道给这本书打多少分。

企业是变化的，行业也是变化的。
能运用的道理就是好道理，企业管理没有绝对的真理。

蓝海战略，但怎么用？不知道2007？读过

2007-05-01读毕，对于战略思维的培养很有帮助，另外对于制药业的发展启示

经典，必读，工具好用

顾客并不知道自己想要什么。。。要给他们最好的

这是本好书，之前是我年少轻狂，有眼不识泰山

: F270/8010

只是道出这个原理而已，其实大家都知道了

偶然看到的书籍

据说很不错，自己也有了电子版本的

[蓝海战略 下载链接1](#)

书评

<http://bizchedan.blogbus.com/logs/47197198.html>

蓝长平二不是一个日本人，而是四个Idea：蓝海战略、长尾理论、世界是平的，web2.0。把它们相提并论，不是因为都正流行，前三个还出了畅销书，依我看，是在说同一个事物，就是商业的未来。但可惜也都如同盲人摸象。这头商业...

《蓝海战略》看了一半，看不下去，就此搁置。面对众口一辞的如潮好评和被要求的学习，自己也不禁惶惑——是自己太无知浅薄了吗？难以接受新思想？

从网上找到蓝海战略的PPT来看（在某种程度上来说，一本书是可以精简为一个PPT，而PPT是可以作为导读的），因为要了解概要才能有...

《蓝海战略》确实是本好书，富于原创的思考、简洁清晰的文字、有说服力的事例，并具有显著的实践指导价值。我仔细读过，找出了下面这些价值。

企业借助“价值创新”可以为自己开创蓝海。所谓“蓝海”，指企业超越产业竞争，开创出的全新市场空间，对应企业目前所处竞争激烈的...

《破晓—以弱胜强之道》提出了四种市场竞争区域，同质区域、隐性区域、创新区域、全新区域。这是对消费者头脑中的市场区域第一次分类！

同质区域类似于以前所说的红海，隐性区域类似定位理论中的位置，创新区域则类似于在行业引入新因素的蓝海，而全新区域则是新崛起...

无非是讲寻找竞争不激烈的行业，里面有些工具和理论适合在跟客户提案时吹水，显示自己逻辑严密，知识丰富。

守住红海比寻找蓝海更重要 大企业如何做红海？

蓝海战略并非是大企业的最佳法则，越来越多的优秀企业家意识到，保持红海中的竞争力更为必要。可以将德鲁克的话反过来引用：“不是基于审美和道德，而是因为经济上的原因。” “小企业才做蓝海呢。”一名大企业的高管在饭桌上...

2月3或4日，英国前卫号核潜艇与法国凯旋号核潜艇在大西洋相撞。当时两舰均潜航中，并携带核武。前卫号破坏严重，被拖回基地，凯旋号自行返港，声纳亦受损。没有人员伤亡和核泄露的报道。

媒体采访消息人士，归咎于静音设计和“被动式”声纳。这是核潜艇生存和突袭的要求，据说...

<http://i.mop.com/VClife/blog/2007/05/22/4239230.html>

一次在杭州开会，中午吃饭的同座是做医疗广告网站的创业者，和他聊得过程中，他不断地表明自己开创的是一片蓝海。当时，虽然没有读过这本书，但是我知道他说的蓝海是指未开发的市场需求。而且，他作的行业我曾经关注过...

《蓝海战略》是我在地铁上看完的一本书，由于最近整天都要坐地铁到不同的地方，因此也有很多时间来看一本书，现在看的是《博客》这本旅游杂志。在地铁上看书，比较随意，但是也挺有意思，因为你能够旁若无人，不用担心别人怎么看你，不用去看别人，不用想着有没有机会跳下轨道...

《蓝海战略》由欧洲工商管理学院（INSEAD）两位战略管理学教授金和莫博涅合作撰写。是当下最热门的管理畅销书之一，在中央电视台对话节目中目睹了两位教授的风采以后，一直记在心里。昨天晚上和朋友到八佰伴KFC吃快餐顺便到地下一层的书店买了一本。首先打动我的不是这套...

发现自己豆瓣的评论倾向于对电影的评论，想来主要的原因在于电影浓缩在近两个小时的时空里，看完之后，意犹未尽，即行评论一番水到渠成。

而书则不同，除了精彩的小说可以一气呵成读完，大多关于经济、文化、技术的书往往要费时数日。书读完的时候，还有多少印象完全是凭感觉...

建议：作为产业竞争的思想者和实践者，有如下图书建议一起看看：

有关西班牙时装公司《ZARA》的一切 有关美国钢铁行业的《NUCAR》的一切
有关航空产业的《西南航空》的一切。。。。

這本是最近相當熱門的企管書。書中提到的主要觀念是，企業需要不斷開創創新的無人市場（藍海），而不僅僅在原有的圈子裡去和同業做慘烈廝殺（紅海）。兩位作者觀察、追蹤了150個企業案例，發現沒有能永遠優秀的產業，同時也沒有永遠優秀的企業。能夠勝出的企業，關鍵在於是否能...

有些评论的说法是对的，《蓝海战略》这本书的观念并不新鲜。不过，这本书更大的一个好处被忽略了，就是它传播这个观念的方法。
《蓝海战略》的这个好处，没有得到足够的关注，就是它使用了视觉思维。
——用红海、蓝海的说法一下子让更多人关注市场的情况；—...

《蓝海战略》是一本好的床头书，可以归入脑力激荡类图书。从有效知识的角度来看，这本书写二十页的篇幅就足够了。但是，国外畅销书作家的通病就是善于啰唆，这种现象背后的商业逻辑是：20页的书，无法卖出38元钱，所以，只好浪费一点儿作者和读者的时间，把鲜花插在牛粪上...

蓝海战略是本好书，你可以把它当作一本战略管理的教材，尽管它不是全部，在蓝海和红海的交替中，它只教会你如何规避竞争，而不是在激烈竞争中生存；同时里面诸多的案例和对价值创新的阐述可以让我们对创新有更全面更深刻的认识。快速变化的市场环境使得产业或企业无法永远卓越...

也许一个小摊小贩也正在实施蓝海战略。
因为去除书中看似学术的东西（如战略布局图、战略分析元素等）后，再看本书，其实它就是讲的一句话：从更宏观的角度看待市场，既要看到现有顾客也要看到非顾客，然后他们作为整体考虑，把握他们的需求共同点，并设法满足之。而以后的蓝海...

在美国战略大师迈克尔·波特所著述的《竞争论》中，提出企业竞争主要有两条，第一条就是价格优势所呈现的低成本，第二条就是因跟别人做得不一样所产生的高差异。今天由于市场经营环境发生了变化，低成本会削减企业利润，而高差异又会增加企业成本。前几年，房地产开发商...

企业界的热点话题不断，前两年大家还在考虑“基业长青”，研究“执行”，最近又流行“蓝海战略”，大家纷纷在寻找自己的“蓝海”，想知道如何才能找到它。
前几日发现我的一位朋友就直接干脆在自己msn签字旁直接标注（蓝海在哪里），我的老师也开始和郎咸平教授共同讲授蓝海战...

[蓝海战略 下载链接1](#)