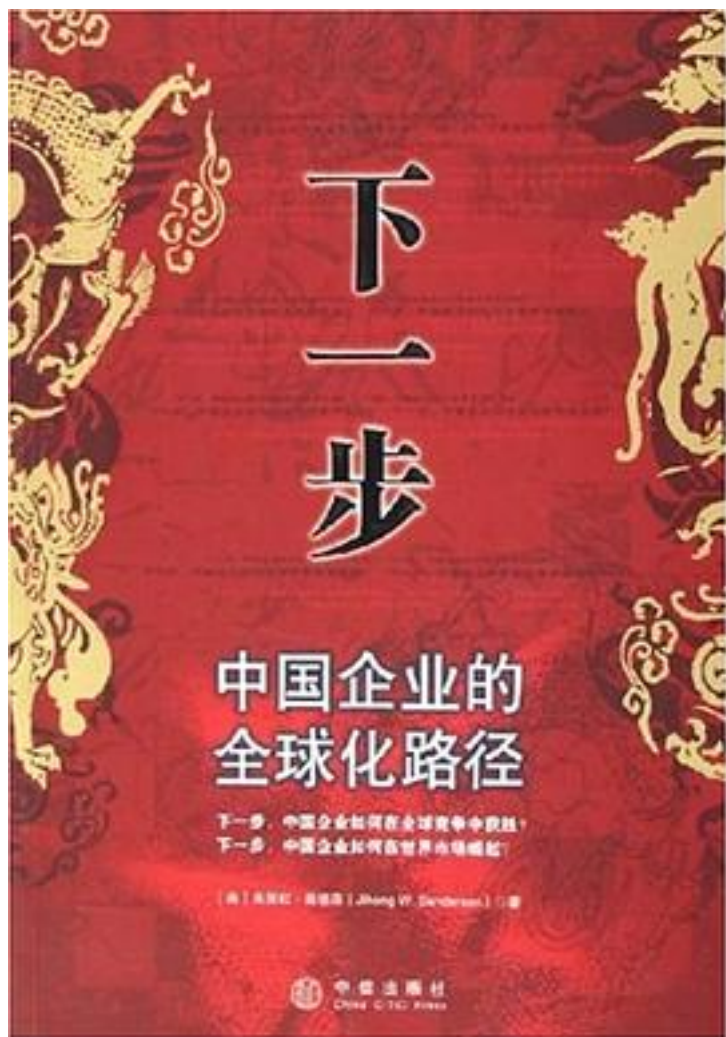


下一步



[下一步_下载链接1](#)

著者:吴霁虹·桑德森

出版者:中信出版

出版时间:2006-1

装帧:

isbn:9787508605340

全球化，已经成为今天商界领袖战略思想中最为关键的概念之一。

达尔文在他的《物种的起源》一书中指出：“不是那些最庞大的物种能存活，也不是最聪明的，而是那些最能适应变化的。”中国企业是全球化竞争环境下的“适者”吗？

是不是开始遍及全球的中国企业兼并浪潮，就能把一个中国企业迅速提升为一个有实力的全球性企业？

或是像华尔街尖锐指出的那样,中国企业大手笔、快速度的并购只不过是“花了巨资从儿童手中拿了一块糖果”（Taking Candy From a Baby）？

中国企业如何才能逃离无休无止的低价格、低利润/无利润的混战，而成为全球化市场上创造利润的强手？

一个年轻、幼小的中国企业如何才能在全球化的“成人”市场竞争中获胜？

中国企业要怎么做才能在全球化进程中崛起？

美籍华裔学者吴霁虹·桑德森在本书中从一个独特和创新的角度——“企业商业DNA”，对这些及其相关问题进行了深入的探索。

作者介绍:

目录: 第一篇 受挫根源

第一章 旅鼠的启示

发现根源

为“强”而为

第二章 与时空错位

太阳的生长靠什么？

把桃树种植在沙漠

点金石为什么被扔进海里？

数千万美元换铅笔

从“化石”到“淘金”

第三章 寻找参照物

不能指路的罗盘

中国企业的“第二自然反应”

阳光果园与乌云荒野

黑暗里寻找不存在的黑猫

行为在天平上的份量

不同的“三角架”

手持“小李飞刀”的“赛车手”

“颠覆性机体”不敌“持续性组织”

“对人忠诚”碰撞“对事忠诚”

第四章 从市场领悟

“基于事件的策略”与“遵循规则的战略”

“软筋”源于“租借”

“内核”成为“空核”

从“创世”到“群魔乱舞”

弱者是怎样被“滤除”的？

第二篇 策略思路

第五章 超越初级

坐上同一辆车

变强的DNA

搭建“百老汇舞台”

3个“着力点”

弥补营养不良与智慧缺陷
在同类市场延伸
第六章 与强手匹敌
博弈论
宏基在美国的惨败
没有竞争的竞争
让对手美洲狮慢慢衰弱
不要挑战庞然大物
向上的阶梯
寻找高成本的恐龙
跨越“死亡谷”
第七章 成为“搭积木”高手
谁可以驾驭“以外定内”
插上翅膀的旅鼠也难以高瞻远瞩
全球上空的“隐形诀窍”
难以“读”走IBM
谁是中国的“搭积木”高手？
“绝对优势”的克星
走向全球的捷径？
第八章 全球化思维浪潮的聚焦点
是什么解放了人脑？
产业的“爆炸学说”
楚河汉界分不清敌我
中国产业的“胃革命”
“蚂蚁”能敌“大象”
要梯度，还是颠覆？
“需要”VS“想要”
10% VS 90%的转换
第三篇特殊议题
第九章 全球化兼并收购7大陷阱
赶潮风声鹤起
诱惑与风险
7种常见的陷阱
不要让糟糕的理由害你
惟有技能才可能快速获得
第十章 “槌子下”的法律战场
不爱诉讼更爱谈判
律师多如空气
致命的五项法律攻略
如何赢得法律保卫战
第十一章 赢得全球标准之争
威力无比的“三维效应”
支配标准竞争的“五力”
中国市场3个制胜策略
致谢
· · · · · (收起)

[下一步_下载链接1](#)

标签

战略

商业

管理

中国企业

全球化

经营

案例

资料

评论

有个模型而已

好书

上课推荐书目。前半部分生动点，后半部分就有点理论太重了。但是还是在企业介绍这块，拓展了很多。另外颇觉微词的是，这是05年左右的书，对于现在来说，还是有很多不同与区别的。没有关于互联网这块的再深入的介绍，颇觉遗憾

本书通过对比中外企业的特征以及引用作者对企业领域的研究，比较全面的介绍了中国企业要走出去必须具备的素质。

本书在中国企业走向全球化方面给出了不少案例，分析了失败的原因，点出了自身竞争力不强，缺乏改革思维，缺乏竞争意识，不了解全球市场的规则，也给出了不少意见。

这本书前面写的生动形象耐人寻味 后面却像大学老师的教学大纲一样令人乏味
老套而单一的案例中看不到新意
使得这本书给人一种缺乏诚意的感觉（骗钱）当然，书中蕴含丰富的知识，对于中国碎片市场部分的论述相当精彩 商业DNA的比喻也是很恰当地

[下一步_下载链接1](#)

书评

坦率说，当本书作者奇怪的名字以及视曾相似的书名映入我的眼帘时，我是持怀疑程度的，因为不想让近年来粗制滥造的引进本搞坏的胃口再受一次摧残。在小心翼翼地读完本书后，我可以以95%的置信度说；《下一步》新意迭出，你与其冲着奈斯比特的名声去咀嚼《亚洲大趋势》中的陈腔...

[下一步_下载链接1](#)