

蓝海战略2：蓝海转型



[蓝海战略2：蓝海转型_下载链接1](#)

著者:[韩]W.钱·金（W. Chan Kim）

出版者:浙江大学出版社

出版时间:2018-9-20

装帧:精装

isbn:9787308182577

【内容简介】

《蓝海战略2：蓝海转型》在研究了跨越百年、涵盖30个产业的150项战略行动的基础上，进一步追踪了近30年来，各类组织应用蓝海理论及工具开创蓝海的实践项目，金和莫博涅对新市场开拓和发展制定了简单具体的行动步骤，帮助个人及组织实现从红海向蓝海的跨越。

为什么专注于竞争却错失了巨大的增长机会，如何在竞争之外扩展你的战略思维；为什么“颠覆性创新”是创新的限制性因素，如何通过“非颠覆性创新”来实现增长……本书汇集了经实战检验的经验教训，告诉你什么可行、什么不可行，如何避免蓝海之旅中的陷阱，为你提供循序渐进的、任何人都能够理解和使用的行动指南。

-

【编辑推荐】

◆经典管理学著作《蓝海战略》续作

◆《蓝海战略》告诉你为什么要从红海中寻找蓝海

◆《蓝海战略2：蓝海转型》则告诉你如何在红海中开辟蓝海

◆联想集团创始人柳传志隆重推荐

◆美国亚马逊2017年度图书之一

◆《纽约时报》《华尔街日报》《今日美国》《洛杉矶时报》畅销书

◆《金融时报》《出版人周刊》《福布斯》《图书馆杂志》竞相推荐

-

【媒体及名人评论】

企业，永远在面对激烈的市场竞争，而如何跳出沸腾的红海，摆脱行业固有框架的限制，开启新需求，开创新市场，《蓝海战略2：蓝海转型》给出了可供参考的方案。

——柳传志 联想控股董事长，联想集团创始人、名誉董事长

-

一本令人振奋的新书，综合了他们协助实施蓝海战略的经验……《蓝海战略2：蓝海转型》为我们提供了一个全面的指南，让任何有正确思维模式的组织都能启动并实施蓝海计划。

——《福布斯》

-

《蓝海战略2：蓝海转型》是一本激动人心的商业入门读物，它包含了大量真实的企业转型案例，这本无价的指南将使有商业头脑的读者更有力量。

——《出版人周刊》

-

《蓝海战略2：蓝海转型》确定了战略成功的新途径，但它未能提供从拥挤的市场到传说中的蓝海所需的实际步骤，而《蓝海转移》为企业识别机会和制定变革计划提供了明确的过程指导……为读者提供了具体的行动指南。强烈推荐。

——《图书馆杂志》

-

在《蓝海战略》的续作《蓝海战略2：蓝海转型》中，两位作者以系统性的框架和简单易行的实践指南，展示了如何成功地实现从充满竞争的红海到不存在竞争的广阔蓝海的跨越和转型。

——曾鸣（阿里巴巴集团学术委员会主席）

-

《蓝海战略2：蓝海转型》提供了一个明智而系统的计划，帮助组织从现有市场的竞争转向开拓新的市场。你不需要是一个企业家或技术人员，只要你愿意挑战你所在行业的假设，提出新的问题，然后寻求解答，你就能拥抱你的人生。

——丹尼尔·平克，《纽约时报》畅销书《驱动力》作者

-

任何企业都是在竞争激烈的市场中成长的，都是以一种聪明有效且人性化的方式来发展的。当金和莫博涅带领你踏上蓝海旅程时，你会发现，无论你是一家初创企业、一家小型企业，还是一家500强公司，你的业务中都有未被开发的增长机会。

——拉姆·查兰，首席执行官兼董事会顾问、《纽约时报》畅销书《执行》作者

作者介绍:

[韩] W.钱·金（W.Chan Kim） [美] 勒妮·莫博涅（Renée Mauborgne）

◆经典管理学著作《蓝海战略》的作者。

◆欧洲工商管理学院（INSEAD）战略学教授和INSEAD蓝海战略研究院主任、世界经济论他研究员。

◆金和莫博涅位列思想者排行榜“50位顶尖思想家”（Thinkers 50）前三名。

◆金和莫博涅跻身MBA Rankings“世界五位商学院教授”榜。

◆金和莫博涅蓝海全球网络（Blue Ocean Network）创始人。

目录: 译者序

前言

第一部分：蓝海转型

第一章：超越最佳

第二章：市场开创战略的基础概念

第三章：蓝海战略家的思维特点
第四章：以人为本，激发信心和创造能力
第二部分：实现蓝海转型的五个步骤
第一步：启程
第五章：选择正确的起始点
第六章：组建适当的蓝海团队
第二步：确定你现在的位置
第七章：把握产业现状
第三步：想象你能在哪里
第八章：发掘限制产业规模的隐性痛点
第九章：发现非顾客之海
第四步：找到通向蓝海之路
第十章：系统性重建市场边界
第十一章：发展备选蓝海机会
第五步：实施蓝海行动
第十二章：选择你的蓝海行动并进行快速市场测试
第十三章：最终确定和发起蓝海行动
尾章：国家蓝海转型实践
原文注释
参考文献
致谢
作者简介
特别附录：蓝海转型中国案例——由蓝海转型中国研究小组撰写
· · · · · (收起)

[蓝海战略2：蓝海转型 下载链接1](#)

标签

管理

蓝海战略

读客

商业经典

好书，值得一读

2018

想读，一定很精彩！

很吸引人的书，想读！

评论

经典管理学著作《蓝海战略》续作。如果说《蓝海战略》告诉你为什么要从红海中寻找蓝海，《蓝海战略2：蓝海转型》则告诉你如何在红海中开辟蓝海。2017年美国亚马逊年度图书，联想集团创始人柳传志隆重推荐。

马来西亚的蓝海案例很有意思，可以看到蓝海思维在国家层面的运用。

蓝海战略2是作者10年后对蓝海战略的发展、应用、质疑进行的总结，调整与回应，不单纯的是概念和理念的传播，而是基于实践经验抽象的方法论体系阐述，这一点值得钦佩，针对一个主题纵深的研究，实践，改进，打磨成一套实用的工具体系，可以应用于咨询实践。也算是对蓝海战略长足的补充。

干货很多，还提供了几个蓝海工具帮助梳理思路，感觉思路一下子开阔了。

非常实操，竞争这么激烈的情况下，就看如何转型

不是特别难读的经典管理著作，用心读可以学到很多干货。

有很多管理思想其实只停留在经验主义以及亲身实践（成功与不成功也只有自己知道）的阶段，没有形成一个体系，更没有明确地提供可执行的方法论。《蓝海战略》这本书成功以后，蓝海战略思想的作用不仅仅是启发了一批企业家与管理者，更引发了世界范围内有组织的，甚至是自发的蓝海战略研究。《蓝海战略2：蓝海转型》就是蓝海战略近期的部分研究成果，并提供了很多成功案例。

当年的蓝海战略是工商管理的经典了，时至今日恐怕大部分都知道蓝海红海的简单概念。隔了这么多年出2，读了以后感觉这套战略思想更趋成熟，有了明确的方法指导。任何领域都有蓝海和红海，任何现存的蓝海都会变成红海，虽然不是老板也不是高层，但是能学到这个思维方式也真的挺好的。

书是好书，就是看的太辛苦了……有很多思路值得在普通职场借鉴、如如何带一个团队（目标细微化、亲自发现）

bugs：1、蓝海战略未指明验证条件，没能推出可证伪的验证含义，失却科学性。
2、蓝海战略并未摆脱竞争，只是作者缩小了竞争范围和静态看问题。
3、蓝海战略本质仍是差异化战略，并未颠覆波特竞争战略的分析框架。
书评：<https://book.douban.com/review/10091877/>

具有实操性

你知道谁发明了个人电脑吗？是苹果么？是IBM么？都不是，是MITS。MITS是谁？虽然MITS发明了个人电脑造成了技术性的颠覆，可最终顾客并没有买账，反而把技术创新戴在了别人头上。《蓝海战略2：蓝海转型》回答了为什么会这样，并且提出：商业成功的关键并不在技术创新上。不可否认技术的基础性和重要性，但想成为MITS而不是苹果呢？关键在于非颠覆性的价值创新。如书中所说，你应该知道如何将自己生的蛋孵成鸡。当然最完美的是你有蛋。

很精彩，有理论也有干货，值得放在桌面一读再读！！

实践版

有学术的价值和深度，却没有学术的难懂和枯燥。

虽然没看过1，但是2这个书不错，提出了实际的步骤，特别是如何找蓝海，属于战略层

面的东西，应该人人必读，可惜的是书中的例子感觉少了点，要是更多就更好了

一些感悟，一丝灵感，有一部分组织级项目管理的内容，更多的是如何打开视野，发现惯性之外忽略的观点，不断拓宽市场边界，并迅速落地，来实现蓝海转型。

考试前夜QAQ

寻找剩余空间的方法。 兼顾差异化与低成本的市场开创战略。

如果说《蓝海战略》侧重在提出一套战略理念和提供一些鲜活的案例的话，那么这本续作就是一本不择不扣的如何执行蓝海战略的工具书，前一本以思想性为导向而后一本则注重实践性。经管类读物多见就是提出一个很宏大的理念，但往往是学究气十足，脱离商业实际，或是泛泛而谈，貌似有理但完全缺乏可行性。但这类书往往凭借其概念炫目而广受追捧，但对于实操者帮助却很有限（如果不是误导的话），反而是那些对实践有很强指导作用的方法论、工具类经管书并不受重视，且写得好的是凤毛麟角，如果不是对商业世界有充分涉入的作者，很容易把这类书写成教科书题材，冗长且枯燥乏味，而且严重纸上谈兵，让人读不下去。

[蓝海战略2：蓝海转型_下载链接1](#)

书评

先用一小部分篇幅说蓝海战略跟创造性破坏、颠覆式创新不同，不去颠覆或破坏现状，而是去寻找发现新的市场与顾客。随后给出实施蓝海战略的具体工具。这些工具是：
1：“先驱者-迁移者-安于现状者方位图”用来判断企业的各个产品在创新方面的状态；
2：“战略布局图”用来确认企...

“蓝海”是个不陌生的词汇，但又有多少人真正理解它的定义？很多人会想当然地认为，蓝海说的不就是找到一个无人竞争的空白市场吗？如果真有这么简单，天下就没有难做的生意了。
在这个信息不对称逐渐不顶用的时代，哪儿能赚钱，不用3年，3个星期就会有竞争者出现，3个月就能把...

用心读完，思路开阔了很多。

《蓝海战略》的经典之处在于，它为看似高深复杂的企业战略制定提供了一套新思维，而《蓝海战略2》更进一步，将这套战略思维变成了成熟的方法指导论。传统的企业战略规划各有门道。有看起来比较“科学”的数据派，利用大数据规划企业战略。也有经验...

“顾客至上”是商业的口号，但是蓝海战略家的准则是“非顾客至上”。企业去争夺同一客户群的更大份额，但在市场饱和的情况下，实现蓝海转型的目的不是争抢现有顾客，而是开创新需求，启动产业的增长。所以要为你的非顾客开启新的买方效用。那么组织又如何去寻找非顾客呢 第一层...

买方效用的思考方式，可能是蓝海战略中最核心的战略思维了吧。从产品开发的角度来说，关注买方效用不仅可以改善现有的产品，让这些产品走出红海驶向蓝海，还可以成为新产品开发的基础。建立在思考买方效用基础上的商品，应该就是最符合市场需求的商品了。当然，成本相较以往是...

一个人如果陷入恐惧和焦虑之中，很容易采用粗暴的态度来应对外界的刺激，期望用激进的表态来消除自身的恐慌。但是心理学告诉我们，这种心理防御机制可能会战胜挫折，但也有可能加深恐惧，陷入消极的循环之中。企业也是如此。在企业遇到发展的瓶颈时，有的企业会在焦虑中采用...

《蓝海转型》是《蓝海战略》的续作，自2000年推出第一部著作后，18年后的2018年出版的这部续作是蓝海战略的升级实践版，主要论述如何运用蓝海战略实现蓝海转型，找到更广阔的未知顾客，建立战略高地。蓝海战略的主要目的是摆脱竞争，通过寻找未知的潜在的市场需求，针对性解决...

我从接到《蓝海战略2:蓝海转型》到开始撰文，刚刚过了一个星期，而读完这本书后，

一直萦绕不去的是“思考方式”这个关键词。因此，这个词也将成为这篇书评的核心阐述内容。所谓蓝海战略，就是商业世界中的“Neptune”（诺曼底登陆的海王行动）。回顾历史，在1940年夏天敦克尔...

[蓝海战略2：蓝海转型_下载链接1](#)