

战略原点



[战略原点\\_下载链接1](#)

著者:清水胜彦

出版者:

出版时间:2008-6

装帧:

isbn:9787506031608

《战略原点》内容简介为：我们常说“困惑时回到原点”。那么经营战略的“原点”是什么呢？随着高等院校MBA课程的开展，市场上关于经营战略的书籍也随之泛滥。而事实上，继日本上一代经济大师大前研一所著《企业参谋》出版之后，又有几本值得反复阅读的讲述战略基础的书呢？很多书的内容要不就追求时髦，要不就搬弄只能应付一时的技巧，其通篇只不过是利益均沾式的议论。而《战略原点》一书却在众多经营战略书籍中独树一帜，具有独特的价值和特点。

书中讲述了经营战略学的基础知识，并列举了许多案例。作者尤其强调“基础知识”的重要性，认为基础的东西不但对初学者有用，而且对高层经营者同样起着举足轻重的作用。

《战略原点》具体内容包括：在大学教授的基础知识、何谓经营战略、企业的外部环境分析、企业的内部分析、项目战略、企业战略、MBA、企业间合作与全球化、领导与决策、战略的实施等。书中列举的著名案例有麦当劳、美国西南航空、星巴克、捷威、戴姆勒·克莱斯勒、本田等。

作者介绍:

目录: 目录

前言 001

第1章 我在得克萨斯大学教授的基础知识

因英语笨拙而编写的讲义

思考“经营的九九”

不总括,不开处方

刺激头脑的书

第2章 何谓经营战略

为在竞争中胜出而战

企业的目的与成长

目标顾客的选定

更低廉、更高质的服务及商品的提供

自己公司特有的优势,独特之处

小案例麦当劳

问题是什么

失败的原因

麦当劳告诉我们的

第3章 企业的外部环境分析

两个外部环境

五力分析

切换成本

世界充满切换成本

获得新客户的意义与单位顾客的收益性

最初成本与营运成本

第4章 企业的内部分析

有形资产与无形资产

规模经济

垂直统合与外部采购

小案例美国西南航空

行业分析(放松管制前)

西南航空的战略

西南航空的课题与方向性

第5章 项目战略

成本战略

价值战略  
第一还是第二  
小结  
小案例星巴克咖啡  
进入新项目  
星巴克成功的因素  
成功与继续成功  
第6章 企业战略  
多元化的想法  
多元化与协同效应  
尚未充分利用的协同效应  
多元化失败的原因  
多元化的误区  
多元化成功的关键  
达到协同的现实方案  
小案例捷威  
如何捕捉市场的成熟化  
认识强项的困难  
第7章 M&A、企业间合作与全球化  
M&A与企业间合作  
M&A的优点和风险  
考虑M&A的出发点  
四种战略选项  
全球化  
全球化的两难  
心理距离的悖论  
小案例戴姆勒收购克莱斯勒  
虚构的所谓“完美的互补关系”  
M&A的困境  
第8章 领导与决策  
勇气  
决策  
决策变更  
承诺的重要性与问题点  
阻碍决策灵活性的因素  
在问题发生前做准备  
第9章 战略的实施  
战略的实施与修正--边行动边思考  
沟通  
面对战略的实施  
小案例本田进入美国  
成功企业分析的偏见  
本田只是“幸运”吗  
什么相同,什么不同  
结尾 经营是分析还是直觉  
后记

• • • • • ([收起](#))

[战略原点\\_下载链接1](#)

## 标签

战略管理

战略

管理

深圳图书馆

企业管理

日本

教材

战略与竞争

## 评论

这本书，貌似是讲给大四学生的上课讲义总结。很佩服日本人，连战略这个题材的书也只有180多页，而且讲的很精干，没有多余的东西，要是美国人，畅销书洋洋洒洒300-400页很正常，课本的话，上千页也是有可能的。

---

抛弃原来教学的死板，摒弃单纯案例的孤立，简约地介绍了战略制定中的核心。

---

同样是用非母语的英语来教授战略管理，清水先生的小九九整理得还算不错。不过本书的内容太过简单，给本科生上课还行，给MBA学生就显得太浅了。

---

确实如作者所说，是一些基础

思路没有我想象得清晰。不过读完这本书，给自己的感觉是：我学习市场营销课程时的思路与方法爱是没有错的。

可读性太低

一篇论文可以表达完的内容。战略制定的依据，成功的关键。通过一些大公司的案例，简单说明失败的原因。总体还是比较空，没有太多『干货』。

参考：大前研一，明茨伯格 所谓战略性思考：考虑事物的本质（大前研一）  
战略定义：是指为达到某种特定的目的，锁定目标顾客，使用自己公司特有的优势，为提供给顾客比对手更便宜，或更有价值的商品而制定的面向未来的计划。  
战略基本因素：自己公司，竞争对手，目标顾客（有所取舍）  
问题：等于理想和现实之间的差距

[战略原点\\_下载链接1](#)

书评

[战略原点\\_下载链接1](#)