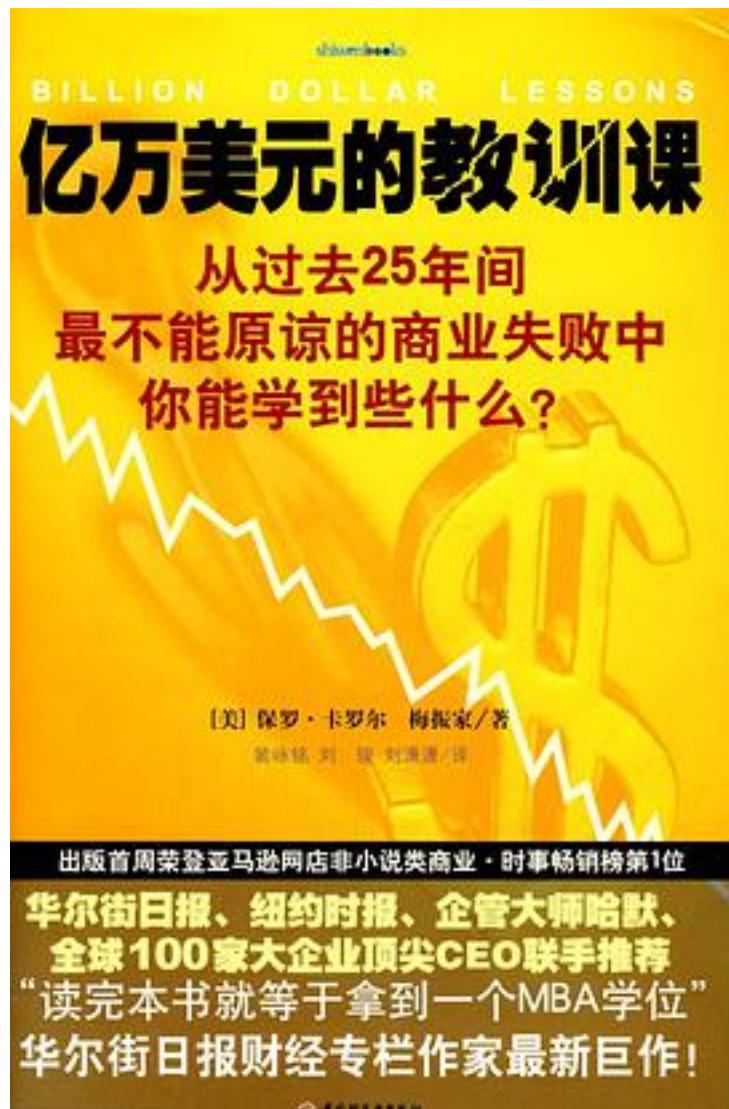


# 亿万美元的教训课



[亿万美元的教训课\\_下载链接1](#)

著者:保罗·卡罗尔

出版者:中国轻工业出版社

出版时间:2009-4

装帧:

isbn:9787501968794

《亿美元的教训课:从过去25年间最不能原谅的商业失败中你能学到些什么?》一书中，保罗·卡罗尔和梅振家通过对750多个商业失败案例的研究，试图揭示那些导致公司重复失败的具有误导性的战略。市场上有关成功公司的书有几千本，但实际上没有一本我们可以从那些失败和破产的公司吸取教训的书。《亿美元的教训课:从过去25年间最不能原谅的商业失败中你能学到些什么?》填补了这个空白。

20世纪60年代，IBM公司的首席执行官汤姆·沃森把他的一位刚刚由于冒险损失了1000万美元的执行经理叫到他的办公室。这名经理心想，自己肯定要被解雇了。但沃森告诉他：“开除你？呵，我花费了1000万美元使你接受教训。我只是想确信你已从中得到了教训。”

作者介绍:

目录:

[亿美元的教训课 下载链接1](#)

## 标签

商业

失败

管理

战略

商业类

投资

财经

经济学

## 评论

相信原作的水平还是不错的，不过，真的很少能读到那么差的翻译了。

非常好的分析！

将美国历史的很多企业破产的教训进行了归类总结，需要读者事先了解很多破产的企业！可惜翻译水平有些差。

2个作者归纳出7条容易犯错误的教训：高估的协同效应、玩弄金融工程、行业整合并购、面对变化却顽固不变、进入相邻市场、并购同业等。

不过估计也没什么人能吸取这些教训，到时候总有这样那样的理由，因为这是人性。

翻译一塌糊涂

案例还比较新，不过后半部分内容一般

案例不错。

2012年4月17-18日读。2012-90。

商业不是物理，商业不是要找到最精确的答案，而是要避免错误的答案，然后尽可能圆满执行可能正确的答案。

麦肯锡的研究表明，70%的收购者没有达到预期的收入协同作用，40%的收购者没有达到预期的成本协同效应。原因在于，80%以上的公司在收购之前没有做细致的工作，以确认理论上可行的合并在现实中也是可行的，许多合并是不可行的，因为环境因素，也因为竞争者对接管产生的反响。

协同效应策略失败的三个主要原因：一、协同效应只存在于策略人的思想中，而客户的意识里并没有；二、对协同效应前景过于兴奋可能导致公司为收购支付过于高昂的价格；三、虽然协同效应背后的思想是1+1可能等于3，但文化冲突或体制可能意味着看似容易取得的协同效应也许不可能达到。

实际上这本书早就翻过，但最近集中研究商业失败才把它看完。翻译不是很好，但能看。书中讲的实际上主要有三类失败，一种是并购、一种是开发新业务、然后就是面对颠覆性的技术而行动迟缓。讲了很多例子。而我最近正在思考一家公司通过并购进入新行业是否有竞争力，正应了很多案例的表现。这家公司用的是协同效应来说服自己和股东，而进入新行业的原因也是原来业务市占率已经很高，增长缓慢。这跟大部分失败的并购或者进入新行业的理由是一样的。这都是从自己出发的，协同效应是公司认为的协同效应，客户并不这样认为，因为如果有，早就有同时经营两种业务的公司或经销商存在了。而原有业务增长见瓶颈更不是理由了，增长见瓶颈就多分钱吧，冒险进入没有协同效应的新领域是价值损耗。好玩的是，当它进入新业务时，股价涨了，让我们拭目以待以后的表现。

成功的人往往更能被历史记住，而成功的妈妈却是那些失败者。

看来华为建立蓝军是有道理的，向自己开炮居然是药方。

美国版《大败局》，介绍了很多失败案例，人性弱点导致了较高的代理成本，最后，提出利用魔鬼代言人的解决思路

故事都是好故事，不过这种编排实在有些枯燥。

书用故事来讲道理，但排版和翻译实在让阅读的体验感很低。太阳下无新鲜事，其中阐述的道理也基本都是讲烂了的，只不过是换了一个场地重新演绎而已，但也有极小部分有趣的闪光点。书名起的挺有噱头，只是不能弥补营养不多的事实。

[亿万美元的教训课](#) [下载链接1](#)

## 书评

商业不是物理，商业不是要找到最精确的答案，而是要避免错误的答案，然后尽可能圆

满执行可能正确的答案。

麦肯锡的研究表明，70%的收购者没有达到预期的收入协同作用，40%的收购者没有达到预期的成本协同效应。原因在于，80%以上的公司在收购之前没有做细致的工作，以确认理论...

---

[亿万美元的教训课](#) [下载链接1](#)