

# 明星法则



[明星法则 下载链接1](#)

著者:[英] 理查德·科克

出版者:中信出版社

出版时间:2010-3

装帧:平装

isbn:9787508618302

《明星法则:如何创立、投资明星企业》内容简介：何为“明星企业”？其特点有二：一是它在高速增长的市场里运作，二是它是该市场的领先者。

理查德·科克通过找到并投资明星企业，已经赚了1亿英镑以上。他在《明星法则:如何创立、投资明星企业》中介绍了自己成功的秘密。明星企业是难得的，但是有了《明星法则:如何创立、投资明星企业》的帮助，再加上一点点耐心，你就能找到一个明星企业，或自己去创立一个明星企业。

对于创业者或投资商，不论是资金雄厚还是财力有限，《明星法则:如何创立、投资明

星企业》都是非常重要的必看之书。对任何雄心勃勃的员工来说，《明星法则:如何创立、投资明星企业》也是极有价值的，因为这些员工可借以认识到为明星企业工作的好处——真实的责任、个人的迅速发展、更高的工资、丰厚的奖金以及很有价值的股票期权。

无论你是创业者、投资者，还是上班族，《明星法则:如何创立、投资明星企业》都适合你。

作者介绍:

“80/20法则” 作者。

目录: 前言 这是你想要的新生活吗? 第一部分 明星企业创意第一章  
成功的关键是找到明星企业 决定成功与否的因素是什么? 第二章  
什么样的企业才算明星企业? 明星企业是其细分市场的领先者 细分市场必须快速增长  
明星企业为何如此具有吸引力? 明星企业有隐藏的陷阱吗? 明星企业有多罕见?  
明星企业的创意来自何处? 明星企业为何未能普及? 第三章  
明星企业的创意力量第四章 人人都可受益于明星企业 创业团队 如果你是一名员工  
如果你是一个创业者 如果你是一个投资者第二部分 寻找明星企业第五章  
如何创办明星企业? 明星企业让你不再浪费时间第六章 天生的明星企业  
案例一：贝果(Belgo)——修道院式连锁餐馆  
案例二：必发交易所(Betfair)——价值20亿美元的明星企业第七章  
无意中成就的明星企业 案例一：菲洛法克斯(Filofax)——一家两度当明星的企业  
案例二：普利茅斯金酒——抢占“明星”地位差异化  
案例三：艾意凯咨询公司——模仿无法使公司具有独特性第八章  
打造明星企业的7个步骤 必发交易所成为明星企业的7个步骤  
菲洛法克斯成为明星企业的7个步骤 贝果餐馆成为明星企业的7个步骤  
麦当劳成为明星企业的7个步骤 太阳马戏团成为明星企业的7个步骤  
可口可乐公司成为明星企业的7个步骤第九章 创办明星企业之一：激发明星创意  
创意激发点1：理想中的产品尚不存在 创意激发点2：打造低端市场对应的高端市场  
创意激发点3：提供“买得起的奢侈品” 创意激发点4：将细分市场开拓为大众市场  
创意激发点5：向微型产品拓展  
创意激发点6：实用型产品打“感情牌”，感情型产品打“实用牌”  
创意激发点7：健康加倍或者诱惑加倍 创意激发点8：安全出众或者激情飞扬  
创意激发点9：追求方便或者升级纯粹性 创意激发点10：省时或者延时  
创意激发点11：静止型产品，移动型产品，随需创意  
创意激发点12：两性通用或者男性/女性专享 创意激发点13：赋予产品男性/女性特征  
创意激发点14：针对特殊人群 创意激发点15：老年专用  
创意激发点16：为特殊消费群体提供细分服务 创意激发点17：为DIY提供专业服务  
创意激发点18：定制个性化产品 创意激发点19：捆绑式经营或者削减式经营  
创意激发点20：将外行变为消费者 创意激发点21：将集中使用变为分散使用  
创意激发点22：考虑总成本而非单价  
创意激发点23：从第一生活空间走入第三生活空间  
创意激发点24：用第三生活空间代替工作场所 创意激发点25：出售“分时段拥有权”  
创意激发点26：缩小或者扩大专业范围 创意激发点27：组织供应商联盟  
创意激发点28：依托新科技开拓销售渠道 创意激发点29：颠覆领先者的优势  
创意激发点30：走绿色环保之路 创意激发点31：借鉴其他行业的创意  
创意激发点32：借鉴其他地域的创意第十章 创办明星企业之二：验证明星创意  
选择一个高速增长的细分市场 锁定你的消费者群体 为新细分市场定义优势 必发交易所  
确保赢利 为新细分市场命名 为新品牌命名  
对明星创意进行排名第十一章 从他人创办的明星企业中获益 寻找潜在的明星企业  
盯紧成长中的明星企业第十二章 认清虚假的明星企业 虚假的特征

如果你是虚假明星企业的员工 如果你是虚假明星企业的投资者  
区分非明星企业和虚假明星企业第三部分 培养明星企业第十三章 让明星企业起飞  
明星企业起飞模式之一：吸引客户模式 明星企业起飞模式之二：商业运作模式  
明星企业起飞模式之三：产品交付模式  
明星企业起飞模式之四：产品创新模式第十四章 将你的企业改造成明星企业  
可借鉴的明星企业演变史 你的企业具备演变成明星的基础吗?  
演变为明星企业的4个步骤 环环相扣的演变过程第十五章 对明星企业的非合理预期  
增长率目标应该定为多少? 让明星企业增长更快的7种方法  
明星企业增长减缓的4个陷阱 “投资、投资、再投资” 绝对适用吗?  
明星企业值得拥有明星员工 冲突的价值 合作的价值：改变创始人的角色第十六章  
正在失去明星地位的企业 明星企业地位的变化 黯然失色的明星企业案例  
如果你的明星企业开始滑落全书要点回顾：关于明星企业，我们发现了什么? 致谢  
· · · · · (收起)

[明星法则](#) [下载链接1](#)

## 标签

创业

营销

商业

投资

企业管理

管理

新业务营销

经管

## 评论

成为细分市场的领导者及发现的思路

一切进步都源于非理性的人有非理性的预期～

这本书对我启发非常大，想创业的朋友可以拿起来读一读

作者：理查德·科克撒，这本书就是细分市场战略的感情版。

道理总是类似，表述方式不同。换个想法来看这样的模式，也有几分道理。

开始行动，寻找明星企业！

这本烂书跟书店一架一为企业成功宝典，xx成功秘笈一样低级。作者说的话自相矛盾，还有要求创业者有预见未来的能力。所谓明星企业，就是你要找到一个崭新的细分行业，这个行业成长非常快，利润很高，而你作为早期进入者占据领先优势，最终达到垄断。作者高瞻远瞩的把谷歌英特尔微软麦当劳可乐等都纳入自己的理论。但是我们知道，谷歌开始根本就不赚钱，早期不过是摸索罢了。如果真有这么赚钱前景又明确的新市场，早就被巨头抢光了，怎么轮得着你投资。此书作者不仅喜欢吹嘘预测未来，而且看得出没有任何经营的经验，纯粹是个伪造履历的骗子

很独特观点的一本书

提出的观点不错，如果想创业的人不妨一看，但是我是想学习股票投资的，对于基本面分析也是有点用的，只是里面的案例重重复复，觉得好啰嗦

[明星法则](#) [下载链接1](#)

## 书评

我在图书馆看到这本书三几次总是有的，每次都被明星法则当中的明星两个字挡在了书外。在我的意识里，这么取书名的一本书，哗众取宠的嫌疑太大！

最后一次，是我看到书封上有一条信息，说这本书是《20/80原则》的作者写的。我对这个作者以及他的28原则的两本书印象极佳。冲着...

---

本书的主题思想还是很不错的，但是行文啰嗦，同一个例子翻来覆去的讲，不是我喜欢的风格，下面写一点我的总结吧。

阅读本书之后，我将从以下几个方面来考察一家企业：1、是明星企业吗？  
——是否处于高速成长的细分市场？细分市场：有别于主流市场，是一...

---

[明星法则 下载链接1](#)