

竞争的六堂常识课



[竞争的六堂常识课_下载链接1](#)

著者:韦三水

出版者:浙江大学出版社

出版时间:2010.5

装帧:

isbn:9787308075763

为什么中国大多数乳制品企业会在三聚氰胺面前跌倒，而伊利能够迅速渡过难关？

为什么朱新礼要把汇源当“猪”卖掉，而打造全价值链的中粮越活越好？

为什么搜索引擎巨头百度在“竞价门”之后还有被拯救的希望和涅槃重生的机会？

这些都是新结构性竞争时代来临的结果，其突出表现在于：市场的竞争已经不再固守传统的单点优势，而是产品创新、品牌运作、营销整合、渠道深耕、内部组织结构以及全球资源有效配置等全方位的较量。

本书正是通过对一连串的中国知名企业——蒙牛、伊利、华润雪花、青岛啤酒、百度、汇源、中粮等的剖析，勾勒出赢在结构性竞争时代的六大核心新商业常识与密码——关键竞争、责任导向、透明化战略、全价值链、持续创新、重新国际化。

这六大商业竞争密码也正是未来企业长大长高的必备特质

作者介绍:

韦三水，资深财经作家、蓝狮子签约作者、整合营销专家以及企业社会责任研究者。

现为对外经济贸易大学企业社会责任与社会发展研究中心副主任、中国品牌营销学会常务理事以及北京三十度空间传媒（集团）创始人兼总裁。

同时亦为厚德智库总策划与出版人，以及《第一财经日报》、《北大商业评论》、《中欧商业评论》等深具影响力媒体的专栏作者。产业经济观察者、现代新国企论提出者，相继提出的“现代新国企”、“未来国企的分化与再分化”、“行业领导力”等观点，备受业界与媒体关注。

先后被中国生产力学会、中国策划协会（香港）与中国智慧工程学会等权威机构评为“改革开放30年中国策划标志人物”、“中国策划十大专家”。

迄今为止，相继出版了《中粮命运》、《燕京天下》、《夏利中国》、《谁人不识宁高宁》、《以运动为名》等财经著作。其中，《谁人不识宁高宁》深受业界与媒体关注和评论。

目录: 引言如何赢在结构性竞争时代第一章 从牛奶到啤酒的关键竞争力
冰激凌巨头的结构性竞争 结构性竞争下的关键竞争力 中国牛奶“领头羊”的赢密码
伊利的关键能力优势 伊利的关键资源优势与全结构模式
关键竞争力让伊利初具结构性竞争优势 华润雪花啤酒成为世界第一的真相
关键能力优势：华润雪花啤酒的队伍“向太阳” 华润雪花啤酒的财大气粗
“病毒式强行复制”：既是关键优势也是“命门” “雪花”漫天飞舞还需“做功课”
本章总结思考第二章 以责任为圆的行业领导力 三鹿式丑闻打开了“潘多拉魔盒”
责任缺位何以成为中国企业的通病 痛定思痛，蒙牛式增长神话“闪了腰”
战略制定一定要“真和谐” 竞争优势一定要有“可持续性”
蒙牛的关键竞争力：营销驱动 以责任为核心的行业领导力
责任力应是领导型企业结构性竞争的关键内核第23条商规：即使行业第一也并非代表你是领导者 稻盛和夫哲学与企业的基业长青 本章总结思考第三章
在透明的世界里学会“裸奔” 营销至上方略正遭遇质疑与大考
睿智的企业选择“透明化道路” 要始终保证向消费者敞开大门
要注重利益相关者的“大和谐” 仅有信任不足以应对所有难题
未来必然属于透明化管理的公司 本章总结思考第四章
像果汁王与大粮商一样守望价值链 新商业现象背后的价值链逻辑
朱新礼“卖猪”的财富创造新逻辑 宁高宁“养猪”所发出的历史的叹息
新中粮集团故事：价值链再造的一个范本 行业领导者都是价值链整合“高手”

全价值链的努力：从接盘五谷道场说起 战略方向对但风险仍需警惕
中粮集团收编蒙牛之后：如何有效整合 新浪牵手分众传媒意欲整合的是与非
学会与外资“竞合有道” 央企的视角：全价值链不宜“大跃进” 本章总结思考第五章
百度与联想如何让创新力持续 百度的二次创新与商业模式重构
持续创新力：保障行业本质下的顾客价值创造 百度案例：竞合态势下的商业模式创新
“看不见的手”与可持续发展 从联想的回归再看如何不随波逐流
全球化市场悄然的变化：重回消费业务
中国化即全球化：“家门口的战争就是全球化的战争”
本章总结思考后记一个有竞争力的国家与一群有竞争力的企业致谢
．．．．．(收起)

[竞争的六堂常识课_下载链接1](#)

标签

韦三水

商业案例

财经

编辑荐书

管理

竞争的六堂常识课

竞争

浙江大学出版社

评论

结构性竞争时代的六大核心新商业常识——关键竞争、责任导向、透明化战略、全价值链、持续创新、重新国际化。

看来卖书不容易，这书居然这么少人看。看到作者写华润的时候也吹捧了不少，奇怪怎么就半个字都没提到燕京呢，当初写《燕京天下》的时候吹捧得好像更厉害。

[竞争的六堂常识课_下载链接1](#)

书评

[竞争的六堂常识课_下载链接1](#)