

应对中国



[应对中国_下载链接1](#)

著者:[日] 大前研一

出版者:青岛出版社

出版时间:2011-1-1

装帧:平装

isbn:9787543667839

IT革命与物流革命使中国变成了日本的后院。进一步扩大思考视野，日本就是把世界当

做自己的后院。但是，中国在规模与价格方面形成冲击之前，日本人的价值观并不会受到影响。

新的商业机会尽在眼前，这种趋势不会踏步不前。犹如本书所述，所有产业与服务都在“优衣库机”。“中国模式的转换”就是契机。

作者介绍:

目录: 序章 从“价格”转向“价值”是立于中国、世界的关键
熟悉中国者才能成为胜者
第1章 单靠“降低成本”不能赢得价格削减战争
90%的商品产自中国的专用工厂
深信价格重要的日本人
只靠压低成本的廉价商店时代的黄昏
第2章 物流革命使一切都变了日本人应该舍弃“造物的幻想”了
导致生产制造发生变化的是“物流革命”
日本特有的生产领域才能幸存下来
第3章 日本人应该重新审视支配市场的品牌・产地崇拜
食品业者伪造产地，消费者也有责任
第4章 “后优衣库?代”的关键在于选择最佳生产地点
海外发展与进军食品的商业风险高
假如我是优衣库的总经理
第5章 日本流通业界更惧怕的是塔吉特而不是沃尔玛
．．．．．[\(收起\)](#)

[应对中国_ 下载链接1](#)

标签

大前研一

经济

日本与中国

日本

战略管理

闲书

营销

简单的一本书

评论

可以当杂志翻翻，企业战略宏观层面，对普通人个人生活意义不大，有些概念很好，比如日本企业的失败是因为间接业务无法去除冗余，也没有标准化，从而不能外包，在成本上抵御不了外界的竞争。作者夸奖了优衣库为代表的改造商业流程的日本新一代企业。

看的人不多哦...

非生产流程标准化，渠道扁平化。

优衣库广告。。。

讲到HK使中国变成一个大保税区的事例确实很不错，不过其他的就一般般了

或许这种小书看的人越来越少了，或许是大家都很少看书了，我只是还是一如既往的喜欢看些此类的书籍，从其中知道了优衣库这个概念，知道了从日本学者眼中的中国经济，也会进一步加强自己的眼光。得去怎样做个世界性的人。

强调外包和面对大国崛起时如何应对的商业书籍，已经过时，不管是涉及到的人还是场景或者经济结构以及条件

看过忘了

这本书写的早 很多在当时还是很有预见性的 日本的现在有可能就是中国的未来
而作者貌似认为日本可以在葡萄牙和西班牙身上找衰退的原因

内容多有与低智商社会重复之处，也比较老。有一种紧迫感。

其实就讲了一件事：日本公司的直接业务和间接业务都要想办法和如何更好地转移到中国去（或者低成本的地方去，当然中国的条件更好，不光光有政府的优惠，地理的优势等，还有人员的教育质量、人员的成本等）。

应对中国 日] 大前研一
2018.8月读完，借自徐总。字大行稀，2011年出版，读完的最深感触要有经济学家和专家不断的睁眼看世界，挖掘前言技术商机和经营之道，他山之石可以攻玉，这也是改革开放的应有之意。
所有的前提务必公正客观。结论是否准确、经验是否适用，读者可以发展的眼光来思考。

分析了中国和日本各自的优势与不足，值得一看。

翻译不好

主要讲解日本应该如何解放思想，抓住中国这头肥猪，好好屠宰，其实侧面反映了国内的经济及市场机遇

一套书一起买的，已经很久了，最近大略的读完了，书是很早以前的了，个人感觉没有真实的日本读起来收获大，想着赶快把这些读完，就可以读最近买的新书了，哈哈，有点强迫症呀

应该是写给日本人的，看了一下，前面讲优衣库的比较细，比较认可，但是有的地方有些重复，我觉得语言可以更加精练，还算可以看的进去。然后后面是美国中国越南的，我感觉我看了没有得到特别多增长，快速浏览过了，还算看的进去的一本书，简单

[应对中国 下载链接1](#)

书评

[应对中国 下载链接1](#)