

<<定价的力量>>

图书基本信息

书名：<<定价的力量>>

13位ISBN编号：9787108018649

10位ISBN编号：7108018640

出版时间：2003-4-1

出版时间：生活·读书·新知三联书店

作者：欧高敦

页数：86

字数：100000

译者：方向明

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<定价的力量>>

内容概要

中国消费者对“价格战”想来不会感到陌生，近年来，形形色色的“价格战”在各个领域竞相上演，降价已经成为中国企业争夺市场份额的利器之一。

然而，“价格战”是一柄“双刃剑”，其结果往往是不尽如人意。

在当前全球经济疲软的局势中，卓越的定价技能已经成为企业生存发展的关键因素之一。

《定价的力量》一文向读者介绍了一种名为交易定价的定价方式，即针对每个客户、每笔交易正确定价，以求在理论定价不变的情况下使企业获得的实际利益最大化。

文章指出，在当前的经济形式下，企业学习和应用必要的技能来实现高超的交易价格管理尤为重要和可行。

本书是麦肯锡高层管理论丛2003年的第1期。

其内容包括：封面文章“定价的力量”以及计算机与技术、金融服务、企业金融、市场营销、传媒及娱乐业等等的一些相关评论文章。

本书内容全面，条理清晰，结构合理，具有较高的科学性、系统性、理论性及学术性和实用性，可供相关人士参阅。

<<定价的力量>>

书籍目录

金融服务 亚洲银行界有奇人战略 点击知识产权：携手走向盈利企业金融 让股票期权物有所值
市场营销 《封面文章》定价的力量 能源 欧洲电力：强化管理，迎接管制放开的新市场 公用事业的监管：方法是否正确？
信息技术 IT，谁之责 经营动作 服务网络何其，管理处处皆文章 计算机与技术 大中华高科技高速路 传媒及娱乐业 后TiVo时代的营销

<<定价的力量>>

章节摘录

管理网络 最成功的企业将其知识产权整体计划视为包括内部研发、并购和从外部获取特许使用几个方面，是推动增长和创新的原动力。

因此，这些杰出企业成立专门的、跨部门的知识产权机构。

但这样的机构少之又少。

对大部分企业来说，如果确实有知识产权部门的话，通常也只有独立工作的几名专利事务律师而已。这个部门应该非常精干（最好不超过10名成员），对本部门的业绩负责，且薪酬与部门的年度财务目标挂钩。

总的来说，一半或一半以上的团队成员应该抽调自产品开发、业务发展和研发部门，并与技术专家一起工作，部门的律师则应监督转化伙伴的工作。

最为重要的是，这个团队必须高度独立，也就是说，它必须是一个由研发主任或其他的高级经理领导的独立部门。

因为如果没有企业高层领导的具体参与，项目就会失败（此类忠告已经是任何变革措施的老生常谈，但由于知识产权的商业化属于非核心业务，很少是哪个人工作的重中之重，如果不能获得最高层的支持，项目将很快夭折）。

此外，如果希望避免一系列制度性障碍，该部门就需要来自管理层的支持和独立的运作。

例如，除非企业经理规定明确的决策权（对团队的游说将影响部门对某一产权的出售与否及出售对象的决策），顶尖人才和充足资源的提供也需要高级管理层的首肯。

最后，高层经理的参与能帮助企业避免遭遇网络管理的一个问题：企业知识产权部门可能将对流程的控制权拱手让给外部合作伙伴，特别是那些帮助其评估某项技术价值的伙伴。

知识产权部门应该在与经纪人或整合者谈判协议前就对每项技术应用的价值具备基本了解，尤其是在与新业务建设者谈判前更是如此（知识伙伴由于与交易成果没有利害关系，可以协助企业进行此项评估）。

同样，对谈判分享成果的交易或对转化伙伴赞成的其他条款，企业尤其应该谨慎从事。

在获利丰厚的特许使用协议中，4%和4.5%的专利使用费虽然仅相差0.5个百分点，但实际的回报可能有几百万美元的差别。

总而言之，企业经理必须懂得没有商业化的知识产权是浪费掉的企业资产。

他们必须将出售这些资产视为企业不可或缺的工作，明确企业的知识产权部门在企业战略上的地位，放手让其谈判交易。

当部门无法找到某项专利的用途时，它应该有权迫使其“退役”，以降低无效资产的持有成本。

充分挖掘知识产权的潜力显然不是轻而易举的事，这就是为什么多数企业没法单独从事的原因。

但那些愿意建设这类新兴网络的企业将会发现自己正处在十分有利的地位，可以在未来实现真实而可靠的增长。

……

<<定价的力量>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>