

<<本质I>>

图书基本信息

书名：<<本质I>>

13位ISBN编号：9787506038720

10位ISBN编号：7506038722

出版时间：2011-10

出版时间：东方

作者：郎咸平

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>

## <<本质I>>

### 内容概要

郎咸平在本书中提出，目前政府推行产业政策存在的问题是不知道行业的本质是什么，拟定了不符合行业本质的产业政策。

他说，挣扎求存的运动服装企业和行业巨头的最大差别在于能否破解运动服装行业的本质——“运动精神”，它相当于把产品从使用层次提升到情感层次，这就是运动服装行业的成功秘诀。

尼路咖啡“站在巨人的肩膀上”，贯彻了行业的本质——体验消费的巧妙策略，这对于中小企业来说，不失为一条实现快速发展的康庄大道。

而美容行业的公司一般看重产品的安全性和功能，但往往抓不住成功的关键——品牌共鸣效应，即通过代言人及与之配套的表现形式，塑造品牌的人格，更易使顾客买下产品，以肯定自我形象。具体来讲，企业应在层层递进的同时，做到产品安全、发挥功能以及体现品牌共鸣，才能抓住行业本质。

<<本质I>>

作者简介

郎咸平：美国沃顿商学院博士。  
曾任沃顿商学院、密歇根州立大学、俄亥俄州立大学、纽约大学和芝加哥大学教授，现任香港中文大学教授。  
被公认为公司治理的顶级专家。  
著作有《公司的秘密》、《热点的背后》、《金融超限战》、《谁在谋杀中国经济》和《谁在拯救中国经济》等。

## &lt;&lt;本质I&gt;&gt;

## 书籍目录

## 总序

## 前言

## 企业家所面临的第一个冲击

——自由经济的滥觞“饿狼现象”的冲击，《美丽心灵》结局的启示

## 企业家所面临的第二个冲击

——国际化的冲击，外资洪水猛于兽，游戏规则亟待法治化

## 企业家所面临的第三个冲击

——高风险的冲击，“因为成功的原因只有一个，而失败的原因有很多”

## 企业家所面临的第四个冲击

——认不清行业本质的冲击，“企业三大要素，资金、技术、人才必须服从于一个针对‘行业本质’的战略指导思想”

## 第一章 运动精神的魅力——运动服装业案例研究

## 引言

## 一、为什么选择运动服装业

## 二、行业背景介绍

## 三、安德玛的崛起

## (一)垄断高性能紧身运动服装市场

## (二)安德玛在过去5年的销售额稳步以直线上升

## (三)《商业周刊》快速成长企业排行榜，安德玛2006年排行第六

## 1. 在季度收入增长方面

## 2. 安德玛股价持续领先纳斯达克平均水平

## 四、运动服装行业的本质

## (一)运动服装行业的差异化

## (二)差异化的方法

## 1. 实际需要

## 2. 舒适性

## 3. 联系运动精神

## (三)行业本质：目标及金字塔

## 1. 运动服装行业的本质——将运动服装与运动精神联系起来

## 2. 运动服装行业的目标

## 3. 行业金字塔

## (四)虚拟经营：为何运动服装企业实行外包

## 1. 何谓虚拟经营

## 2. 虚拟经营与行业本质的联系

## 3. 如何实践虚拟经营

## (五)产品设计

## 1. 耐克气垫鞋

## 2. 阿迪达斯的足球鞋

## 3. 安德玛的紧身运动服

## 4. 消费者的条件反射心理

## (六)市场营销——“代言人”及“口号”

## 1. 代言人

## 2. 口号

## (七)联系时尚

## 1. 运动联系时尚

## <<本质I>>

2. 运动联系音乐

五、违反行业本质的金字塔：李宁公司和No Fear的起落

(一)案例一：李宁运动服装

1. 创办初期的成功运作

2. 近期经营的失利

3. 改革后贴近行业本质

(二)案例二：断裂的金字塔——No Fear的失败

六、安德玛的企业策略

(一)巧妙地切入市场

(二)开发新产品

(三)草根式行销

(四)联系运动精神

.....

第二章 站在巨人的肩膀上——尼路咖啡的崛起之路

第三章 化妆品行业的本质——MISSHA踏上成功的道路

## <<本质I>>

### 编辑推荐

战略突围凭什么成功？

请看郎咸平案例点评--探寻时尚产业本质的成功与失败。

过去我们陆续出版的郎咸平案例作品，都一度登上了年度图书畅销榜。

现在，我们特将郎咸平的几本经典案例作品，从内容到版式，做了全面优化，期待这个新的修订版系列可以带给读者更多的思考空间和阅读乐趣。

郎咸平指出，中国学生和中国的企业家对于管理知识的饥渴已远远超过了美式教材所能给予的。本系列作品的目的就是把以中国企业为主体的案例介绍给中国企业家和学生。

作者指出，哈佛案例重主观描述，而本系列案例重客观分析。

哈佛案例基本上是和案例企业充分沟通，以报道为主，实际上是在替案例企业做广告。

本系列案例并不和案例企业的领导交流，完全以客观的财务数据来做分析。

被列入哈佛案例的企业普遍感到骄傲与光荣，而被列入本系列案例的有的企业会感到紧张与不安。

<<本质I>>

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>