

<<战略逻辑>>

图书基本信息

书名：<<战略逻辑>>

13位ISBN编号：9787509614518

10位ISBN编号：7509614511

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：J.卡洛斯·加里洛

页数：278

译者：徐海鸥

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>

## <<战略逻辑>>

### 内容概要

把企业做强做大，是所有企业人的目标，并成为他们不懈努力的动力。但是，在向更大更强的目标艰难跋涉中，能成功实现心中梦想的企业寥若晨星，其中原因非常多。工商业经营活动是完全以胜败论英雄的，也就是说，是以结果为定论的。在努力的过程中，几乎所有人都是“在黑夜中摸索的盲人”，这种结果的不可知性让人无奈，但也充满挑战。

尽管这样，我们还是可以从前人、从经验、从科学的研究和分析中，多少学到一些有用的知识，减少自己摸索的成本。《战略逻辑(第3辑)》以浅显明了的论述方式和大量的实例，为我们提供了一个思考论题，也许我们过去忽视了它，也许我们也曾经考虑过，但百思不得其解，这个论题就是“战略逻辑”。

## <<战略逻辑>>

### 书籍目录

#### 导言

#### 第一部分 战略逻辑的基本要素

##### 第一章 基本原则

供需平衡（一些公司为什么难以找到客户，而另一些公司则不能生产出足够产品的原因）

为什么供应有的时候不能满足需求

产品（或服务）什么时候才真正具有独特性

差异性和持续的利润

成本差异

错误的二分法

阻止进入的价格

竞争

结论

##### 第二章 战略分析的核心单位

部门什么时候不是部门

例子：个人计算机部门的活动

找到公司内部的收益之源

如何做出正确的竞争分析

收益的另一个源泉：行业的重组

结论

##### 第三章 行业的演变

预见性分析的方法论

技术变化——行业变化的第一发动机

行业的成本结构变化

产品的内在“差异”的改进

规则的变化

需求的变化

直接变化和诱使的变化

新技术和战略逻辑

从演变到创造：战略逻辑在新商业中的应用

网络效应：走向自然垄断

演变战略：进入壁垒的消蚀

从瞬间灵感到永续经营

结论

#### 第二部分 公司发展的分析

##### 第四章 从活动到企业

公司为什么要实施纵向合并

纵向合并的大谬误：中介的消除

行业分解的逻辑

在纵向合并决定中的进入壁垒现实

为什么纵向合并通常会降低公司的长期效益

纵向合并在什么时候才有意义

.....

#### 第三部分 行动中的逻辑



## &lt;&lt;战略逻辑&gt;&gt;

## 章节摘录

这就是戴尔在拥有固定订单条件下以自己的生产体系介入这一行业的地方。由于它只生产已经付了款的计算机，因此，在组件的生产和计算机收款之间花费的时间是一个星期：5天用于采购组件，两天用于装配（运货所需要的时间为2~3天，甚至更多一些，但这不计算在内，因为计算机已经付了款）。

总成本上的差异产生的一般毛利（超过10%）对个人计算机部门是极为诱人的，它使戴尔公司在导致它的竞争对手破产的价格上赚到了更多的钱。

但是，这一例子并不能解释戴尔公司的盈利性的真实情况：它仅仅解释了戴尔公司以一种比其他竞争对手更优越的方式做事情。

持续的优势是什么？

如果我们不能回答这一问题，如同我们在第一章里看到的，我们就不能说我们已经理解了盈利性的根源，因为盈利性的本质是不可复制性的优势。

原则上说，任何一个人都能做戴尔做过的事情，也完全可能做康柏公司所做过的事情。

问题在哪里？

对一个已经存在的竞争者来说，问题在于，转变为直接销售的方法意味着它的所有分销形式发生根本的变化。

所有生产商都曾多次尝试这样做，但在直接销售方式不断降低传统渠道的销售额以后，每次都退回原来的起点。

尽管它们确信采用直接销售的最后结果可能比当前的情况更好，但是他们不能允许自己付出失去当前销售额的高昂代价，他们只能小心翼翼地进入直接销售的渠道（如果戴尔公司允许，因为，让我们记住，戴尔公司已经在那里，占有重要的成本优势）。

.....

<<战略逻辑>>

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>