

<<商业三国志>>

图书基本信息

书名：<<商业三国志>>

13位ISBN编号：9787564210984

10位ISBN编号：7564210982

出版时间：2011-9

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：(日)石井淳藏 等著，代小燕 译

页数：192

译者：代小燕

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>

<<商业三国志>>

内容概要

由石井淳藏和栗木契等编著的《商业三国志》分为两部分，共6个案例，每个案例解析一个产业：高品位啤酒（三得利VS麒麟VS三宝乐朝日），汉堡包（麦当劳VS摩斯汉堡VS依特利），笔记本电脑（松下VS索尼VS联想）。

健康绿茶（花王VS三得利VS伊藤园），婴儿纸尿裤（尤妮佳VS花王V宝洁），家用游戏机（任天堂VS索尼VS微软）。

《商业三国志》以翔实的案例加重点分析点评的方式成书。

<<商业三国志>>

作者简介

栗木契副教授 1997年 神戸大学大学院经营学部博士课程修了 2003~现在
神戸大学大学院经营学科副教授 研究方向：营销管理、品牌管理 流通科学大学校长。
神戸大学名誉教授。

博士（商学）（神戸大学）

1975年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

曾为同志社大学商学部教授、神戸大学经营学部教授、神戸大学大学院经营学研究科教授，从2008年任职至今。

主要著作有《品牌—价值的创造》（1999年、岩波新书）、《营销的神话》（1993年、日本经济新闻社）等。

流通科大学商学部准教授。

博士（商学）（神戸大学）

2006年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

从2004年任职至今。

主要著作有《这样做销售》（2006年，日本经济新闻社，共著）等。

立命馆大学经营学部教授。

博士（商学）（神戸大学）

2004年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

曾任世界穆基·网络董事，2005年，就任于立命馆大学经营学部副教授。

从2008年任职至今。

首都大学东京大学院社会科学研究科准教授。

博士（商学）（神戸大学）

2005年，完成神戸大学大学院经营学研究科博士课程。

从2007年任职至今。

主要著作有《这样做销售》（2006年，日本经济新闻社，共著）、《营销优良企业的条件》（2008年，日本经济新闻出版社，共著）等。

<<商业三国志>>

书籍目录

第1部 新市场的创造

第1部序言 商业三国的目标

第1章 高品位啤酒

三得利VS三宝乐VS麒麟朝日

首先——没有固定界限的市场

高品位啤酒市场是怎样形成的

三得利的“ ThePremiumMa1t's ” 品牌啤酒

三宝乐的“ 惠比斯 ” 啤酒

普通啤酒商家的对策——朝日和麒麟

4种不同的市场观

交错相织的市场观

麒麟采取积极主动战略的理由以及朝日采取不作为方针的理由

三得利和三宝乐在品牌形象上的差异

是什么力量在维持着市场的秩序？

本章小结——市场并不是只有一个

第2章 汉堡包

麦当劳VS摩斯汉堡VS依特利

快餐产业不只有内部竞争

最初的竞争

成熟期的竞争

为什么低价格战略适合麦当劳

摩斯汉堡并非一开始就采用高价格战略

高价路线上的再一次领先

依特利最初的“ 反省 ”

本章小结——拥有正确的自我认识改变竞争姿态

第3章 移动式笔记本电脑

松下VS索尼VS联想

与击败竞争对手有稍许不同的笔记本市场

从试销售开始的ThinkPad

疯狂的消费潮流“ 笔记吧 ”

将设计变为风潮的VAIO（影音集成操作）

和薄型的诀别——“ 笔记吧 ” 的转机

由“ 关注焦点 ” 所产生的意识

本章小结——创造市场时进行的斗争

第1部总结 市场的创发

第2部 三国志的理论

第2部序言 叙述三国之间竞争过程的意义

第1章 健康绿茶

花王VS三得利VS伊藤园

首先——为什么健康茶引人注目

花王“ 露西亚绿茶 ” 在很大程度上改变了市场

绿茶战争

人们身体内部也存在着花王的保健产业

三得利的健康食品项目组

<<商业三国志>>

露西亚和黑乌龙茶在概念上的迥异

为什么选择30岁以上的人群和便利店

意外的反应

饮料厂家明明是想做出比较可口的饮料结果却……

浓的、涩的——对绿茶市场的影响

后发售为什么会有利

本章小结——对预想不到的事物的反应能力

第2章 婴儿用纸尿布

尤妮佳VS花王VS宝洁

序论——直到拥有压倒性的市场占有率

纸带和内裤——婴儿用纸尿布的产品特性

到成熟期为止的竞争

纸尿裤的市场、人口处的激战、出口的发现

出口——尿布在末期市场的竞争

入口——面向新生儿的竞争

摇摇晃晃时期的市场竞争——内裤型

尤妮佳——潜在需求“目前”的发现

宝洁——内裤型纸尿裤的再开发

花王——“如果没有坚实的思想就制造不出任何商品”

帮宝适在“爬行”时期的竞争——意料之外的使用方法

本章小结——日常的观察、空白市场、公司的强大

第3章 家用游戏机

任天堂VS索尼VS微软

营销中需要“历史观”的理由

成败的关键

家用游戏机产业的兴起

3个转折点、3个结构

家用电脑红白机（任天堂所制）有什么过人之处？

PS3的大逆转

Wii（任天堂所制）所创造出来的东西

本章小结——组合市场实现的竞争

第2部总结 没有预料到的“渔翁之利”的发现

致谢词

<<商业三国志>>

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>