

<<决胜于半全球化时代>>

图书基本信息

书名：<<决胜于半全球化时代>>

13位ISBN编号：9787100065184

10位ISBN编号：7100065186

出版时间：2010-3

出版时间：商务

作者：潘卡基·格玛沃特

页数：314

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>

<<决胜于半全球化时代>>

前言

我第一次结识潘卡基·格玛沃特是在1978年9月，那时我正想找一个有才能的在校生帮忙为当时刚刚诞生的哈佛谈判项目开发一个课程。

潘卡基·格玛沃特凭借着他的国际化视角以及天赋和好奇心脱颖而出。

与之共事的一年坚定了我的一个直觉，那就是他一定能做出一番大事。

整整六年时间，我饶有兴趣地目睹了格玛沃特在哈佛度过了他的本科阶段又取得了博士学位。

当他决定在取得博士学位之后从事咨询业时，我十分高兴。

更让我欣喜的是，在他23岁那年被迈克尔·波特教授录用，成为了哈佛商学院教职员工中的一员。

经过不断努力，他成为在哈佛商学院有被承认的任期记录的最年轻的教授，研究那些在持续经营和竞争力上有杰出表现的实体，尤其是写了《承诺》一书——这是他的著作中我最喜欢的一本。

当然，那是有这本书之前的事了。

《决胜于半全球化时代》是在对一些跨国公司全球战略长达十年的深入研究基础上完成的。

<<决胜于半全球化时代>>

内容概要

在我们所谓的全球化市场经济中，人们常常鼓励企业跨国经营，似乎整个世界都是一个无缝的统一市场。

托马斯·弗里德曼撰写的《世界是平的》一书的畅销更强化了人们的这种笃信全球化已经到来的观念。

然而，真实的情况并不如弗里德曼所描述的那样。

世界远不是那么统一的。

如果忽视各国之间在政治、文化和经济等领域存在的差异，企业跨国经营就注定要失败。

由战略咨询专家潘卡基·格玛沃特教授撰写的这《决胜于半全球化时代》提供了一种基于现实的全球化视角，并为企业在跨国经营中获利提供了实用的工具。

与传统的全球化思想相反，格玛沃特认为世界实际上是“半全球化”的。

在事实分析的基础上，他解释了各国之间存在的差异是如何界定全球商业环境的。

《决胜于半全球化时代》利用世界上最有实力公司的成功和失败的具体案例，为企业提供了实用管理工具，以帮助企业在跨国经营中创造价值。

CAGE距离框架：各国之间的差异可以从文化（cultural）、行政（administrative）、地理（geographic）和经济（economic）四个维度来度量。

认识到对你所在行业影响最大的距离因素，将有助于识别你的全球化战略所必须克服的障碍，以及跨越这些障碍所应采取的方式。

增值计分卡：受企业规模和规模经济假设的影响，许多公司常常没有真正分析其经济如何受市场之间差异的影响就开展跨国经营。

3A战略三角形：处理跨国经营中各国之间的差异可以采取三种战略，即适应差异的适应战略、克服差异的集群战略以及从各国市场不可避免的不平衡中获利的套利战略。

这些战略将极大地拓展企业全球战略的空间。

《决胜于半全球化时代》为企业能够从国际经济中获利提供了战略性的工具和一种循序渐进的方法，它能够帮助企业在我们的半全球化世界中大获全胜。

<<决胜于半全球化时代>>

作者简介

潘卡基·格玛沃特是西班牙ESE商学院Anselmo Rubiralta全球化与战略中心全球战略教授，也是哈佛商学院Jaime & Josefina Chua Tiampo工商管理教授。

<<决胜于半全球化时代>>

书籍目录

序言致谢引言第一部分 差异化世界的价值第一章 半全球化与战略预言在现在预言在不远的将来可口
可乐公司的案例由此及彼结论第二章 国家间的差异距离的两难困境认真对待距离国家层面上的CAGE
框架 一个国家层面上的例子：从美国的视角看印度与中国行业层面上的CAGE框架 具体应用指南结论
第三章 全球价值的创造企业为什么要全球化？
西迈克斯：通过在水泥行业的跨国扩张创造价值增值计分卡增值计分卡的组成增值计分卡的未尽之言
结论第二部分 全球化价值创造战略第四章 适应战略大型家电行业实施适应战略的方法及子方法改变
专注：减少改变的需要外部本土化：减轻改变的负担设计：降低改变的成本创新：提升改变的效果适
应战略分析适应战略管理结论第五章 集群战略区域化的现实丰田的区域化战略区域化战略原型从区域
化到集群集群分析集群管理结论第六章 套利战略套利的绝对重要性CAGE模型与套利套利策略的种类
：印度医药产品的案例套利分析套利管理结论第七章 管理差异重新定义全球战略的必要性3A战略三角
形和战略制定：一个竞争计划案例三条组织原则结论第八章 迈向美好的未来全球化的预言路径探索现
在开始制定战略注释作者介绍译后记

<<决胜于半全球化时代>>

章节摘录

到处建厂还没有被完全抛弃，但是艾斯戴尔对于“先寻找哪里对于我们更有利，然后再在那里建厂”的强调表达出了资源分配决策上的细微差异。

集权和标准化变得更加适度。

比起戈伊苏埃塔和艾夫斯特时期，地方的主管有了更大的权力，对不同的国家可口可乐公司的战略也各有不同。

特别是在中国和印度，可乐的价格更低，本土原料、现代化的灌装操作及对配送和物流的加强降低了成本，尤其是在农村。

更值得关注的是，现在的可口可乐更强调变化。

关于最后一点，值得我们进一步讨论。

近几年，可口可乐的总部好像已经意识到：不应该在所有的市场都采用同样的方法。

公平地讲，这种认识确实应该回溯到达夫特，他说过：“我没有说应该把每一个市场都当做北美和澳大利亚的影子。

与我们已经拥有的市场相比，在我们最有发展前景的市场上，消费者期望从我们这里得到的可能不同，甚至是非常不同。

但是可口可乐的不幸在于，达夫特过于强调百花齐放。

这种方法自然而然引人怀疑：凭什么说这种方式可以让总体可以大于部分和？

首先，如果各个跨国分公司的相似性不能带来一丝好处，那么如此不同的各国公司怎么会在一个总公司内共存呢？

相反，在艾斯戴尔领导下，可口可乐公司把在某一个市场上很起作用的经验移植到其他市场上，重新思索在其他市场上如何用它来提高竞争力。

在某种程度上，这确实为提高跨国公司价值提供了空间。

关于这一点，最著名的就是可口可乐公司通过它在日本的所学（参见“可口可乐在日本”）领会到怎样才能不依靠可乐类饮料还能在其他国家的市场上生存。

……

<<决胜于半全球化时代>>

媒体关注与评论

绝少有人将世界级学术问题与渊深的商业实践知识结合起来，潘卡基·格玛沃特便是这类人中的一个。

《决胜于半全球化时代》巧妙地处理了地方化与全球化之间的微妙平衡关系，在日益全球化的世界经济中，它常常是企业制胜的法宝。

——世界著名管理学大师迈克尔·波特 对于“世界依旧是圆的”这样一种观点，我们大多数人都很容易接受，但是潘卡基·格玛沃特却重新定义了“圆”的概念，为其赋予了新的含义。

他指出企业怎样才能避免陷入那些“全球化世界”夸夸其谈的人无意设置的陷阱，以及企业在他所称的半全球化世界中获益的方法。

——伦敦政治经济学院院长、英国金融服务管理局前局长霍华德·戴维斯爵士 针对全球化问题，潘卡基·格玛沃特从行业和企业视角提出了全新的观点。

它们为今天的企业决策者们提供了真知灼见，发人深思。

对于任何希望尽力发掘全球化潜力的企业而言。

事实铁证如山：世界不是平的！

——德国汉高公司管理委员会主席乌尔里克·莱纳尔博士、教授 一项列全球商业世界进行重新评估的无懈可击的研究——不是理想，而是事实。

——WPP集团首席执行官马丁·索雷尔爵士 跨国企业需要进一步深思如何协调其全球经营计划。

潘卡基·格玛沃特这本创新性著作作为跨国企业应对这种严峻挑战提出了一种全新的方法。

——西班牙对外银行（BBVA）总裁兼首席运营官何塞·伊格纳西奥·格里哥萨里 潘卡基·格玛沃特的这本书恰如其分地认为我们所生活的世界仅仅是一个“半全球化”的世界。

在此定义的基础上，他提出了一些非常有价值的创新模型，供跨国企业制定国际化和全球价值创造的战略之用。

本书为企业界所遇到的最重要问题之一提供了一套综合解决方案。

——塔塔集团董事长拉丹·塔塔 现在真相大白了。

对于那些认为全球化是大势所趋的人而言，各国国界以及种种文化仍然挑战着他们的这种不切实际的观点。

潘卡基·格玛沃特的这本观点新颖、发人深思的著作把我们带到了一个真实的世界。

——国际货币基金组织前总裁米歇尔·康德苏

<<决胜于半全球化时代>>

编辑推荐

“世界是平的”“全球化时代”不过是夸大其词的噱头，半全球化才是这个时代的真实写照，而对依然存在各种“边界”，企业如何制定战略才能立于不败之地。

哈佛经管图书涵盖战略、领导力、人力资源管理、市场营销、变革与创新、一般管理等六大领域

近期新书有：《成败90天》、《走出心理困境》、《纳谏》、《回报》、《外向型团队》、《好领导可以教出来》。

同名英文原版书火热销售中：Redefining Global Strategy: Crossing Borders in a World Where Differences Still Matter

<<决胜于半全球化时代>>

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>