

<<企业战略博弈>>

图书基本信息

书名：<<企业战略博弈>>

13位ISBN编号：9787111203179

10位ISBN编号：7111203178

出版时间：2006-11

出版时间：机械工业

作者：格林沃德

页数：259

译者：程炼

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>

## <<企业战略博弈>>

### 内容概要

竞争战略往往被搞得很复杂，事实上，如果你真正了解所属行业的竞争结构，正确的战略通常只是围绕着一个问题的答案而发展出来的。

这个问题是：有什么进入市场的障碍，能够让我们做到其他公司做不到的事情？

如果答案是“没有”，那么问题其实不在战略。

因为公司没有竞争优势，就只能面对两种选择：要不就积极追求高度的运营效率，要不就选择退出目前的市场，进入你可以创造并充分运用竞争优势的不同领域。

如果答案是“有”，那么战略就变得至关重要。

公司的获利能力就取决于你是不是能有效地抵挡潜在竞争对手进入市场，并且有效掌握其他同业之间的竞争，让你可以充分运用你的竞争优势。

## &lt;&lt;企业战略博弈&gt;&gt;

## 书籍目录

译者序前言第1章 战略、市场与竞争 1.1 什么是战略 1.2 只考虑一种力量 1.3 狭地争雄 1.4 何种竞争优势 1.5 战略分析的过程 1.6 竞争的视野 1.7 后面的章节安排第2章 竞争优势：供应与需求 2.1 差异化神话 2.2 进入壁垒与竞争优势 2.3 供应优势：竞争成本 2.4 需求优势；客户忠诚度第3章 竞争优势：规模经济与战略 3.1 规模经济与客户忠诚 3.2 捍卫规模经济 3.3 战略与供应或需求竞争优势 3.4 战略与规模经济 3.5 竞争优势、战略规划与区域性机会第4章 竞争优势的评估 4.1 三个步骤 4.2 竞争优势评估各步骤的实际操作：对苹果计算机未来发展状况的考察 4.3 小结第5章 在合适的地方做大：沃尔玛公司、Coors公司和区域性规模经济 5.1 沃尔玛公司：新的世界冠军 5.2 行业分析 5.3 Coors啤酒公司的全国扩张战略 5.4 虚拟与现实：因特网与竞争优势第6章 市场区间优势与增长的困境：俱计算机产业中的康柏与苹果公司 6.1 一项破坏性的技术 6.2 设计一家新公司 6.3 行业分析 6.4 康柏公司的优势 6.5 苹果公司案例第7章 生产优势的丧失：激光唱盘、数据转换与烤面包机 7.1 飞利浦公司开发激光唱盘的案例 7.2 思科公司的网络业务 7.3 烤面包机？

第8章 公司所参与的博弈：竞争战略的结构方法 ——囚徒困境博弈 8.1 价格竞争与囚徒困境 8.2 走出困境第9章 野蛮的可乐战争：囚徒困境中的可口可乐与百事可乐 9.1 百事可乐的挑战 9.2 可乐饮料的简要历史回顾 9.3 行业分析 9.4 何种竞争体制 9.5 可乐之战：汽水制造商面临的囚徒困境 9.6 企业文化是注定的吗第10章 进入鸡笼的狐狸：福克斯公司挺进电视网行业的案例分析第11章 公司所参与的博弈：竞争战略的结构方法 ——进入/独占博弈第12章 无力高飞：Kiwi公司进入航空业的案例分析第13章 未能一次成功：柯达公司进入一次成像市场的案例分析第14章 相互合作：把饼做大，公平分配第15章 合作：该做什么，不该做什么第16章 战略视角下的项目评估：改进投资决策第17章 公司发展与战略：企业并购、风险投资与品牌扩张第18章 平等竞争竞技场：如何在竞争性的环境中发展壮大附录A 资源或投资回报率的度量方法

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>