

《利润模式》

图书基本信息

书名：《利润模式》

13位ISBN编号：9787800733840

10位ISBN编号：780073384X

出版时间：2002-6

出版社：中信出版社

作者：[美] 亚德里安·J. 斯莱沃斯基, 大卫·J. 莫里森, 特德·莫泽, 凯文·A. 蒙特, 詹姆斯·A. 奎拉

页数：464

译者：张星等

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《利润模式》

内容概要

我们怎样从经验中吸取教训？——通过学习模式。精明的管理者善于辨别各种战略模式。《利润模式》为管理者和投资人提供了一系列便利的工具，使他们在新的商业竞争中有更大的可能赢得胜利。书中提供了三十多种改变各行各业竞争态势的盈利模式。这些模式无疑是管理人员进行重大战略决策、分配资源和管理战略风险的工具。现在的商业市场日新月异，很难知道比赛正进行到哪一步。书中为你提供利润模式会帮助你透过混乱的表面，明确自己需要做什么才能使你的公司，而不是竞争对手的公司成为胜利者。掌握了基本规则和模式会使你在令人惊异的短时间内戏剧性地提升业绩。这本书对投资者也非常适用。市场变得越来越难以预测，对投资者而言，冲击投资海面的汹涌波涛使他们越来越不容易看到海面下真正的价值增长激流。投资者必须思考自己投资的公司是否在使用一种过时的模式？是否属于“无利润”的行业？而应用模式思维的力量，可以帮助投资者做出更加明智的决定。

《利润模式》

作者简介

亚德里安·J. 斯莱沃斯基 (Adrian J. Slywotzky) 著有《价值转移》一书，与人合著《发现利润区》(《商业周刊》评为1998年“十佳图书”)，他是美智 (Mercer) 管理咨询公司的副总裁。

大卫·莫里森 (David J. Morrison) 是《发现利润区》的作者之一，他和特德·莫泽 (Ted Moser) 以及凯文·蒙特 (Kevin A. Mundt) 均为美智管理咨询公司的副总裁。詹姆斯·奎拉 (James A. Quella) 是公司副主席。

美智管理咨询公司是一家领先的战略咨询公司，它帮助得过且过多公司通过企业设计实现了股东利益的持续增长，赢得广泛的声誉。

《利润模式》

书籍目录

本书的内容及读者对象

致谢

第一部分 新的业务游戏

第一章 掌握模式

第二章 两极分化

第二部分 30种模式

第四章 巨型模式

第五章 价值链模式

第三部分 模式实施

第十一章 实施模式

第十二章 加快模式的发现

附录 国际象棋 形象的类比

精彩短评

- 1、靠，翻译的太恶心了。
- 2、30种模式挺insightful，对工作有启发，至于执行，还不是看得太懂，或许要实践吧
- 3、可以说，这就是传说中那种能让你一晚上一气看完，之后一周内又读三遍的书。
- 4、盈利模式才是企业的核心。
- 5、指引我前行
- 6、还不错的总结。对价值链的拆分，然后对每部分的深入拓展。进而得出增加利润的可能方式。
- 7、弄了个电子版来看.....觉得是不是故意讲得抽象了一点，明明不用这么复杂的
- 8、描述了几种利润模式，但其中没看到我需要的模式，并且感觉我现在面临的状况很难用书中的内容套用

- 9、“外行看热闹，内行看门道”
想来这个门道和这里模式在某种程度上是同样的咚咚

学习模式的目的是为了更好的预见或创造新的模式
书名虽为《利润模式》但实为企业战略管理的辅助教程
书中介绍了过去的20年间各行各业发生的变革
其中某些变革现在仍在进行
而由于中国与西方经济的差距很多东西正在中国发生
因此无论是现实意义还是借鉴意义都很强
确实是企业家、管理者、创业者应该读的书

突然想到既然能够进行模式的抽取
那么是不是可以做个专家决策系统呢...
再加上对现有信息的规范化输入没准可以成为不错的决策辅助系统
呵...

- 10、《发现利润区》同一作者
- 11、忽悠
- 12、强烈推荐，我改成五星了
- 13、真心的，这本书过时了...
- 14、在找这本书，不过没有卖的了，只下到2002版的电子版。。整体还不错。
- 15、综上，是推荐还是不推荐？
- 16、讲了盈利模式的一些类型和趋势，但是只讲类型却很难让人收到启发，此外，该书的案例确实太旧了，很多企业的盈利模式已经发生了变化不盈利了，案例还在其中。关键是缺少对盈利模式自查或判断方法的叙述和引导，实操性不强。不过还是提供了一些不错的视角。
- 17、对于分析和咨询这个行业来说，方法论只是基础，模式才是真正的王道。

1. 公司常常同时采用三四种不同的利润模式，竞争激烈的环境往往由三四种模式同时施加作用而形成。

2. 行业模式演变

- a) 计算机行业就经历了如下模式变化：价值链分拆，中间的陷落，渠道多样化，从产品向解决方案转化，渠道压缩和行业标准。
- b) 钢铁行业：趋同，从产品向解决方案转化，价值链分拆

3. 模式的重要性在于：它们激发我们不断扩大视野，跨过一个行业看到另外一个行业，这种视角的拓展至关重要，因为完全不受相邻经济影响的行业越来越少，我们可以利用模式来透过混乱的表面洞察行业的实际格局。

《利润模式》

4. 一种模式可能有几个主要变体和不同版本，这是行业内竞争者创造性的表现。研究这些变体之间的异同将极大的丰富你的经验积累。

5. 价值链模式：价值链分拆，价值链压缩，强化薄弱环节，价值链重新整合

6. 渠道模式

- a. 渠道倍增，从少到多，让你到处能买到东西
- b. 渠道集中，从多到少，比如大型超市的出现
- c. 渠道压缩，多余环节消失，网络衬衫直销
- d. 中间商再生，比如qunar这样的比较价格的网站

7. 产品模式

- a. 建立品牌，品牌，转换成本和忠诚度，3个概念是同一个事物的不同方面。
- b. 从产品到拳头产品
- c. 从产品到利润倍增器，利润倍增器其实是平台。
- d. 从产品到金字塔 从产品到金字塔，搭建一个多层次的产品体系。e. 从产品到解决方案。这一条背后的核心逻辑，是从规模运营到复杂系统，模式的转变的难度在于企业经营者的思维定式。
- f. 中间的陷落中间的陷落，从产品转移到价格敏感追求解决方案，低价格戴尔和一体化解决方案IBM战胜了产品导向的惠普。

8. 知识模式：

- a. 把产品转化为客户知识
- b. 从经营到知识
- c. 从知识到产品。比如mobivis，整合客户的知识，一键分析清楚你的需求，并提供服务。

18、解决方案 盈利模式

19、其实就是要说明白为什么客户找你不找别人嘛，弄清楚自己的利基到底在哪里

20、主要是对许多行业变化现象的归纳。称其为模式需要了解其条件和应对手段，不少现象的分析还不到这一步。这也可以理解，毕竟非常困难，但还是有不少闪光点。最后实施模式的一部分草草看过了，我想没有做过管理或者咨询的人即使阅读也没多大感受吧。

21、给了一些成功企业的发展模式，其实这些企业也就几十年，各种的道理可以开拓一下眼界，商界和国际象棋还是不同的，还是喜欢里斯的作品

22、十年前的经典啊，可惜有些outdated

23、看哈

24、有篇书评不错

25、也是提供了一种看问题的模式化思路

26、建立在商业模型上的模式~

27、2003年8月读过。

28、打算和一朋友写《模式时代的娱乐电视节目》来着，开头了，框架了，讨论了，没写了，这阶段工作和看书，还有写诗和交女朋友，比写书有意思点点。对了，我这书名，是仿照老德的 巨变时代的管理等等

29、想请教楼主，其实书中的“模式”是按照pattern直接翻译过来，可是总是觉得这个模式理解起来有点生硬。不知道觉得是否可以按照框架，或者流程等用以在繁杂的信息中作出决策的一种方法？

30、中国目前极其缺少这样在思路和模式进行总结的书，尤其是四个思考步骤：1) 为什么类型的客户服务？2) 在服务的工程中如何盈利？3) 有什么步骤和措施来保障盈利？4) 对应的公司经营范围？

大家都在想着赚钱，如何赚？应该有一个甚至是几个思路，这本书给了很多，当然一切是学习或是模仿！

31、大体上了解了企业的各种典型的利润模式。只是，这本书成书应该比较早了，所以书中的一些企业案例从目前来看有些失去了时效性。不过从中也可以对比发现，企业的兴衰，也是无常的。十年前

《利润模式》

你的利润模式也许是比较好的，企业在赚钱，但是现如今，也许模式就会出现问題，需要改进。

32、先说不足吧，或许是作者本人的不足表达不清，也可能是翻译过于生硬，给读者的感觉是阐述不全，意思不完整。感悟是企业存在多种生存模式的一种前提是盈利模式的多样化。但随着互联网对商业流程的冲击改造，这些模式都将不复存在，但是思维值得推荐，盈利的基本前提是有价值，另外是对此并加以保护。本书注重实证研究，但案例分析与主旨思想结合不够紧密。

33、关键就是从供需角度好好思考下卖什么最赚钱

34、好老的书

35、好 去书店蹭去 哈哈

《利润模式》

精彩书评

- 1、“外行看热闹，内行看门道”想来这个门道和这里模式在某种程度上是同样的咚咚学习模式的目的当然是为了更好的预见或创造新的模式书名虽为《利润模式》但实为企业战略管理的辅助教程书中介绍了过去的20年间各行各业发生的变革其中某些变革现在仍在进行而由于中国与西方经济的差距很多东西正在中国发生因此无论是现实意义还是借鉴意义都很强确实是企业家、管理者、创业者应该读的书突然想到既然能够进行模式的抽取那么是不是可以做个专家决策系统呢...再加上对现有信息的规范化输入没准可以成为不错的决策辅助系统呵...
- 2、这本书从模式的角度讲了很多全球知名企业，在不同阶段的关键决策，因此关于“模式”本身的论述是比较到位的，娓娓道来，并不浅显。作者认为，从经验中吸引教训，最好的方式就是学习和理解模式。同其它一些高屋建瓴的书目类似，本书由于侧重讲模式，因此难免更注重结果的描述。不过由于翻译的问题，一些词句比较拗口。可以将书中绝大部分的“企业设计”替换为“商业模式设计”来进行理解。本版出于2002年，因此书中对于信息技术公司鲜有涉及。对于微软、Amazon、苹果均有涉及，但讲得不够深，如果往后几年，作者很有可能会举更多互联网公司的案例。因此我还蛮期待有另一本书，能够对IT/互联网行业公司的模式进行总结和剖析，目前看《浪潮之巅》中的描述是还不错的。互联网产品经理容易不接地气，眼里只有交互设计和用户体验，缺乏对于商业层面的深层考虑。本书从这个角度举了很多例子，比如要找到行业的高利润区，比如理解行业中本公司所处的价值链地位等...感谢同事 tgm 的推荐。
- 3、中国目前极其缺少这样在思路和模式进行总结的书，尤其是四个思考步骤：1) 为什么类型的客户服务？2) 在服务的工程中如何盈利？3) 有什么步骤和措施来保障盈利？4) 对应的公司经营范围？大家都在想着赚钱，如何赚？应该有一个甚至是几个思路，这本书给了很多，当然一切是学习或是模仿！

章节试读

1、《利润模式》的笔记-第402页

有时候，最好的选择仅仅是“等待下一辆公共汽车”。这种对策的极好例子就是任天堂和 Sega 这两家电子游戏公司之间进行的竞争。

2、《利润模式》的笔记-第202页

知名度只是品牌的一个方面，更重要的是能够获得一个有意义的溢价（Price Premium）能力。有知名度的品牌很多，但能带来溢价的品牌却为数不多。

3、《利润模式》的笔记-第283页

在你可以模仿、接受和扩展的时候，千万不要创新。这是基石建设模式的变体。你使用别人的发明作为自己体系的基石.....微软没有把精力全部放在革新上，而是放在了开发和创造价值上面。

4、《利润模式》的笔记-第118页

关于价值链模式，如果你处于中部。

产品创新是最有难度和风险的，但也是有可能得到另一个不同规模量级成功的方法。
价值链模式。

《利润模式》

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：www.tushu000.com