

# 《山寨經濟力》

## 图书基本信息

书名：《山寨經濟力》

13位ISBN编号：9789861847641

10位ISBN编号：9861847642

出版社：深思文化

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](http://www.tushu000.com)

# 《山寨經濟力》

## 內容概要

商業模仿 - - 全球經濟中崛起的強大新勢力！ 跟隨模仿，不是為了像別人，而是為了發展自己！ 亞洲經濟強權出現，西方國家不再是世界經濟的霸主。 在新世界裡，人們膜拜的不再是「創新」，而是「模仿」。 模仿，出於創新，而勝於創新，是新世界的生存法則。 在現實的商業世界中，「創新」的成本高昂，風險極大，因此不管是資金有限的創業者，或是資本雄厚的大公司，「模仿」都是絕大多數企業重要的生存方式。身為一個創業者或經營者，要思考的是： 面對新產品或新產業，要如何模仿跟進？ 在瞬息萬變的商業世界裡，要如何規畫和進行「模仿策略」？ 在激烈的競爭中，要如何從眾多的跟進者中勝出？ 當模仿策略奏效之後，又要如何走上永續之路？ 在這個過程中，重要的是要掌握「創新」與「模仿」的平衡。這是一個隨時應變的動態過程：「在模仿中加入創新，在創新中仿效他人的成功經驗」。 本書作者長期鑽研於企業的策略與成長，將多年的研究心得著述成書。作者在書中闡述「模仿策略」的原則與運作，同時兼具理論說明與實踐指導。書中並以大量的實際案例來做具體說明，這些案例大都來自備受矚目的中國市場，極具代表性與參考價值。

# 《山寨經濟力》

## 作者簡介

張廷智 知名的商業戰略與行銷專家，長期投入於企業策略與成長的研究，尤其熟悉中國企業的成长與蛻變。曾任北京盈智遠景顧問公司副總經理、《銷售與管理》雜誌副總編、內蒙古大華食品有限公司流程總監、青島普倫特（中韓合資）製衣有限公司財務總監。

## 書籍目錄

推薦序 創新性的模仿之路前言 模仿，是一種生存方式第1章 模仿，後發者的優勢1.創新與三項先驅優勢2.先驅優勢的決定因素3.創新與模仿的種類4.模仿與後發優勢5.模仿制勝的三要素6.總結：模仿，是為了發展自己第2章 跟，還是不跟？對市場潛力的定義1.市場上是否有需求？2.對市場反應的誤判3.消費者購買欲望的價值點4.量的分析：總量、結構和趨勢5.理性分析與直覺6.企業的資源與能力7.先發者「脈動」飲料的成功第3章 速度制勝：把握模仿的時機1.跟隨模仿得太早或太晚2.跟隨模仿時機的判斷與把握3.找出最佳時機：市場轉折點4.速度制勝5.逆向研發：如何作規畫？6.華碩EeePC：改變大格局7.宏碁小筆電後來居上8.競爭者開始跟隨模仿第4章 優勢擴張：充分發揮既有的優勢1.「娃哈哈」的跟隨模仿模式2.聯銷稱王3.聯銷的三大支點4.正確的優勢觀：優勢是相對的5.將有限資源用於發揮優勢6.競爭優勢及其相對性7.競爭優勢的三大基本來源8.資源的「獨特性」9.三種評估競爭優劣勢的方法10.多重的競爭優勢組合第5章 創新與差異：創新性模仿，差異化跟隨1.「產品」差異化的跟隨模仿2.「市場」差異化的跟隨模仿3.「模式」差異化的跟隨模仿4.時尚的跟風者：Zara的成功經驗5.Zara的行銷模式：一切盡在掌握中6.「牽手」果菜汁的失敗經驗7.「農夫山泉」的成功經驗8.好記星：顛覆市場的定位9.好記星：廣告與通路的成功10.好記星：回歸主流第6章 形似與神似：服務業的跟隨模仿1.服務業的特點2.服務業的後發優勢3.服務業的兩種創新模式4.服務業的簡單分類5.消費者的滿意度和忠誠度6.標準化的流程與服務7.顧客戀戀不忘的「海底撈」服務8.服務為王：如何激發員工？9.難以複製的「海底撈」經驗10.經典案例：美國西南航空11.廉價航空的仿模失敗12.小肥羊連鎖店的成與敗13.小尾羊成功跟進的原因第7章 超競爭：營運模式的跟隨模仿1.營運模式的解讀2.從財務公式開始解讀3.在營運模式中創造優勢點4.營運模式的三個策略性思考5.營運模式與策略管理的關係6.洞悉成功的本質與關鍵要素7.豐田模式：一種思想8.戴爾經銷模式的變革9.巴黎迪士尼樂園的經驗10.網路直銷：PPG的崛起11.神話的末日：PPG的困境12.模仿者的超越：VANCL13.華僑城：以營運模式獨步中國14.「迪士尼模式」的模仿與創新第8章 做自己：模仿，不是為像別人1.模仿，是一種生存方式2.草創之初的成功條件3.產品／市場拓展矩陣4.專業化成長，抑多元化經營？5.核心競爭力和動態競爭力6.選擇性地跟隨模仿7.模仿與創新的平衡之道8.逆勢擴張：「新日」的成功9.做最好的產品10.做最直接的銷售11.產業冬天帶來的機會第9章 突圍：模仿者的困境與風險1.模仿策略的固有風險2.開創新的市場區隔3.營運成熟，模仿的空間變小4.產品的轉換週期加快5.專利保護，模仿成本高6.達利模式：廣告、通路和價格7.模仿中要帶創新8.模仿者無計可施：王老吉的成功9.框架傳媒的傳奇第10章 後來居上：大企業的模仿策略1.科達公司為何不願創新？2.大企業為什麼不應該創新？3.大企業的技术跟隨模仿4.大企業的模仿為什麼會失敗？5.騰訊模仿策略的成與敗

# 《山寨經濟力》

## 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](http://www.tushu000.com)