

《发现利润区》

图书基本信息

书名：《发现利润区》

13位ISBN编号：9787508609829

10位ISBN编号：7508609824

出版时间：2007-10

出版社：中信出版社

作者：亚德里安·斯莱沃斯基

页数：290

译者：凌晓东

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

《发现利润区》

前言

利润区是指为公司带来高额利润的经济活动领域。这种利润不是平均利润，不是周期变化的利润，也不是短期的利润。在利润区，持续的和高额的利润将为公司带来巨大的价值。每个公司都在追求赢利，但很少有公司了解，利润区如何带来赢利，以及为什么能够带来赢利。本书的目的就是，通过引进一组新的观点，揭开赢利的奥秘。这些观点首次反映了那些极为成功的企业所使用的赢利模式。为了说明这些观点的有效性，我们的方法是介绍一组创新者的案例。他们的公司在获利方面已经取得显著的成功，即使面对激烈的竞争，也获得了不断增长的利润。在

《发现利润区》

内容概要

为何有的公司能逐年创造持久、高额的利润？为何他们总能先于与竞争对手发现该行业不断变动的利润区？为何其它公司因其传统经营之道便非利润区而受挫？

本书为此提供了答案。作者详细阐述了高额利润是如何以及为何产生的。

本书讨论了12家当今最成功的企业及其领导者的利润策略：这些领导者曾为他们的股东创造出7000亿美元的价值。更重要的是，本书还揭示了可以从上述公司学到的企业设计的经验——正是依靠这些经验，使得这些公司在满足顾客需求时总比竞争对手领先几步。

本书是第一本分析高额利润机能的书，并讨论了如何在各行业中学习和运用这些利润模型。书中还提供了—个独特的工具包——利润手册，以供企业系统地应用这些观点。

《发现利润区》

作者简介

亚德里安·斯莱沃斯基 美世管理顾问公司的全球副总裁，也是著名的畅销书作家，《产业周刊》将其誉为“21世纪的彼得·德鲁克、超越同侪的管理大师”。著有《发现利润区》等影响深远的畅销书，此书曾被《商业周刊》评为“年度最佳商业畅销书”。亚德里安·斯莱沃斯基著述颇多，经常在《华尔街日报》和《哈佛商业评论》上课，也是达沃斯世界经济论坛、微软首席执行官论坛、福布斯首席执行官论坛和《财富》首席执行官论坛的知名演讲嘉宾。

《发现利润区》

书籍目录

前言第一部分 在变化的经营环境中取胜第一章 市场份额已经过时一、争取数量增长，还是价值增长二、无利润区三、错误的企业设计之下的增长将更快地侵蚀公司价值四、创新者五、市场份额并未“死亡”六、企业设计的创新七、新一轮的企业设计创新八、破解利润之谜第二章 以客户为中心的企业设计一、什么是客户为中心的思维？二、以客户为中心来思维为何如此困难？三、改变价值链的方向四、从新安排管理人的日程五、破解客户偏好之谜六、无声的偏好：破解客户系统经济学之谜七、拓展发现客户的眼界八、变定期

《发现利润区》

媒体关注与评论

摆脱旧有模式，发现利润区 来源 价值中国网 荣振环 你如果发现赚取利润是一件很难的事，我建议你看看这本书，并且重新思考你的商业模式和利润模式。 《基业长青》一书中提到一句话很到位：企业的利润就像人体需要的食物、氧气和水一样，没有他们就没有生命，但是这不是生命存在的目的和意义。 这句话清晰地点名利润的价值和意义。首先，没有利润就没有生命。同时，不能以利润作为企业经营的使命，那样就是本末倒置，肯定不会长久。 企业在找到价值和使命之后，要密切关注利润的获取，以便持续地补足生命必要的元素

《发现利润区》

编辑推荐

如果管理者阅读了《发现利润区》，并按照其建议采取行动，那么他们的公司一定能够实现利润增长。——营销大师 菲利普·科特勒 《发现利润区》定得如此透彻、高明，充满了睿智，以至于几乎所有读过它的经理们都祈祷竞争对手永远都别看到这本书。——达特茅斯学院教授 理查德·达文尼 这是一本重要而有意义的书，每一位负责指定经营战略的人都应该读一读。——Grainger公司董事长兼CEO 理查德·凯泽 当今商业领域中的首要问题就是赢利，在你所处的行业里，哪里能让你赚钱？当今的利润区何在？明天

《发现利润区》

精彩短评

1、经典的经营之道~

2、利润在转移,你是否仍然依照5年前模式在赢利??

如果是,那么5年甚至更短的时间内你将会发现生意越来越来做,钱越来越难赚.

如果不是,恭喜你,你在根据利润区转移方向改变企业赢利模式,将在很长一段时间内仍然保持强劲的利润增长.

3、够专业,推荐给我的老爸了。看了这本书后我很激动的,想了很多,譬如剥离非主营业务创建附属服务公司,呵呵呵,还是年轻

4、MBA教材

5、与利润模式是姊妹篇,推荐阅读

6、投资经典

7、对我来说,有启发,用不上。

8、:

F275.4/4843-2

9、袁老师推荐

《发现利润区》

精彩书评

1、制定战略时,我们需要好几项工具.虽然不是说 工具越多越好,但是,没有工具时,也会限制我们的思维.限制我们的思维内容.中国人在思考战术时,一套又一套,让他落实到战略时,就开始茫然了.为什么?因为很多人没有看到这些战术背后的商业逻辑在哪里,也不清楚自己是不是在创新.很多人以为自己是在创新,其实不然.还是在老路上 新开了一条小径而已.我们看到近来 可口可乐 欲高价收购汇源果汁,表面上看是民族品牌的又一个被收购,实际上,可口可乐公司用的是“产品金字塔”的赢利模式,巩固其基础,中国的饮料行业 未来不容乐观.这才是真正要命的.如果你通过这本书,明白这一道路,恐怕这本书也就值得42元的定价了.可惜,愤青遍布的中国,很少有人能够严肃地对待这本书.忽视的结果就是,我们的经济领域还是“落后就要挨打”;

2、利润如何产生?也许你觉得,我生产出让顾客喜爱的产品,提供更好的服务,更低的价格,再加大市场占有率,直接把产品卖掉,去掉成本,利润就产生了.我想,有这种想法的人绝对不少,否则中国市场就不会出现那么多以单纯依靠卖产品而获利的企业了.如果正如以上所说,那么,作为友情提示,你的日子将越来越不好过,在这激烈竞争年代,一个优秀的企业,一定是依靠多种“赢利点”来获取利润的,绝非仅仅依靠单一“利润点”来获取.比如:开发延伸产品(例子很多,比如前一段时间红的发紫的“变形金刚”;如果你够细心,会发现电影院或者玩具店甚至4S店出现很多“大黄蜂”的影子,并且价格不菲.再看看风靡一时的“长江七号”;中那个可爱的小外星人(不好意思,我连它的名字也没记住)又沦落到那去了? 再看看汽车行业,绝大多数人都知道通用汽车,它仅仅卖汽车吗?不,通用还是一家汽车金融公司,并且这部分利润来源超过卖汽车所得的利润,通用发现了重要利润区的转移(汽车后市场更能提供长期的利润).OK,到此为止算是罗嗦话,见谅,但是以上观点正是本书给我的启发.本书思想独特,给人以种耳目一新的感觉,共分三个部分,第一章就提出:市场份额已过时的观点(个人认为该观点算不上新颖,但确实是被很多企业所忽视的).主要告示读者如何对“无利润区”和“利润区”的辨别.并总结了利润产生的模式,通过一些观点来启发你.插一句题外话,看到这一部分忽然想到早之前看到的一篇文章,题目到现在还记忆犹新“黄光玉转身”,在和苏宁等家电企业经过第一轮“跑马圈地”抢占市场份额后,面临着单店盈利能力低下,运营成本过高的尴尬局面,这似乎是希望通过最求市场份额最大化带来利润的一个例子.第二部分将通过案例将第一章的理论融合而成,讲解了企业决策者如何将企业引入“利润区”并跟着“利润区”的转移而转移,最后是将利润区汇编成手册,方便读者使用.本书从理论,到案例再到汇编成册的工具,从学习到使用都囊括其中,是一本值得你停下来思考的“伙伴”;

3、这本书当时在图书馆翻完之后连带出来看的欲望都没有。不要去看了，免的浪费时间，除非你要写这方面的论文，充充字数那就另当别论.....

《发现利润区》

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