第一图书网, tushu007.com

<<不可抗拒>>

图书基本信息

前言

我们同全世界许多主要的消费类电子产业公司的领导团队合作。
这些团队处于一种不稳定的状态，他们无法描述自己所面对的变化，也无法做出必要的决定。
他们知道我们正在进入一个令人难以置信的成长时代，一个消费类电子产业将改变我们的世界以及我们如何在这个世界中生存的时代。
对消费类电子产业公司来说，这也是一个他们必须明白如何为这一切做准备的时代。
他们现有的商业模式将很有可能限制其发展机会，除非他们进行变革，否则许多这类公司将不能够发展壮大，其中一些甚至将无法生存。
尽管所有的消费类电子产业公司都在努力寻找发展的道路，但这是一个全新的领域，极少有确定的答案。
从赫尔辛基到大阪，再到纽约，在与世界各地的客户合作之后，我们决定收集并分享一些我们所取得的见解。
考虑到我们都为IBM工作，在此用一句话来形容IBM：IBM不是消费类电子产业公司，也不打算成为其中之一。
我们只是这个产业的“武器供应商”。
我们为这个虚拟商业系统的所有参与者提供技术、商业建议和软件。
本书的读者定位于数以百万计的、对消费类电子产业着迷的消费者，以及对其发展趋势感到好奇的人们。
本书并可作为数以千计的消费类电子产业公司的管理层，以及从此类公司购买、分销产品和为此类公司提供产品的相关公司管理层的基础读物。
我们希望和我们的客户一起创造消费类电子产业的未来，并且在新的机会来临之际，与您进行探讨。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

消费类电子产业正进入一个极其快速的成长阶段。
这个产业中最优秀的公司将抓住这个机会取得前所未有的成功。
但是，现在很多消费类电子产业公司正在与过于简单脆弱的商务模式斗争着，它们必须为了生存而有所改变，它们必须为了取得成功而做出更加巨大的改变。
　在这本书中，两位世界知名的顾问对产业的前景做出了预测，涵盖的领域从在线游戏到远程医疗保健无所不包。
同时，他们还展示了宏伟而崭新的蓝图，提供了从技术框架到用户界面设计，从品牌策略到渠道策略在内的不可或缺的针对性指导。
你会从中找出如何去发掘新的价值资源，为商务运作设计更好的模式。
并通过开拓新的地缘市场强劲地拉动增长。
总之。
无论你在行业中扮演的是什么角色，这本书都将会为你提供如下帮助：　做出更好的决策，找到你与众不同的地方，将精力投入到你最需要的地方；　通过整合技术、设备、服务和内容来达到内在价值的契合：　关注满足未来聪明的、对服务质量有高要求的消费者，而不是只关注“对技术渴望”的消费者；　通过为消费者提供他们愿意为之付出的价值来拓宽利润空间；　对成本结构进行改组，从而支持日益加快的增长速度和不断的变化；　拓展在中国、印度以及其他快速增长市场上的业务；　对远程医疗保健的展望：起居室中令人惊异的应用模式；　洞悉网络电子游戏、智能家用技术和更多相关业务；　挖掘出IBM的Cell Broadband Engine处理器的巨大能量，以及抓住由此带来的商业机会；　使用嵌入式Linux，创造更多可负担的、有利益空间的、以客户为中心的产品；　为互联的消费类电子产品开发高价值软件；　通过卓尔不群的设计和用户界面使产品与众不同；　发现未来五年产业“成功者”的模式，并考虑如何成为他们中的一员。

作者简介

乔治·贝里（George Bailey）是IBM全球企业咨询服务部电子工业方面的全球管理合作伙伴，负责管理IBM在电子工业领域的数十亿美元的业务。
贝里先生领导IBM员工的全球网络致力于帮助电子产品公司取得成功。

书籍目录

第一章　不可抗拒的电子产业——动荡的时代　三个M　元值：所得结果远远大于各部分之和　模式：最优化消费类电子商业模式　地理市场：金砖四国　结论第二章　技术与服务在下一代商业中的新角色　四种重要的趋势　对消费类电子产品公司来讲，这些趋势意味着什么　结论第三章　消费者的因特网——每个人的瘦客户机　和胖主机　因特网的长触手　世界将会如何运转　“瘦的”就是好的　关于设备　关于模式　结论第四章　智能住宅——即将变成你的家，只是不会太快　今天如何才能拥有智能住宅　智能住宅市场出现的障碍是什么　2005年智能住宅市场环境的简单介绍　如果没有“杀手锏应用程序”，又会怎样　智能住宅技术方案的体系结构　我的家何时会成为智能住宅　结论第五章　远程医疗保健——进入“客厅市场"的钥匙　消费类电子产品的收入与利润　先进的医疗　变革现有模式　技术成熟度　临床效果　建议　研究　结论第六章　在线电子游戏环境——人群、技术、金钱和公共网络　技术与“游戏用计算机”　多用户游戏的动力　虚拟世界与现实世界　展望未来　电子游戏产业的战略问题　结论第七章　下一代消费类电子产品的灵魂　Cell BE处理器是什么　Cell BE处理器即将上市　一些Cell BE处理器的应用　为什么Cell BE处理器会引发消费类电子产品的革命　多谈一些Cell BE处理器的功能　结论第八章　IBM全球科技产业展望以及在消费类电子产品上的实现　全球科技产业展望是如何做准备的　硬件技术与系统　人员代理的出现　无处不在的网络连接　和它对话　法规和数据　结论第九章　嵌入式Linux一嵌入式系统的今天和未来　嵌入式系统　消费类电子产业的发展与对嵌入式系统的一些推测　什么是嵌入式Linux　实现嵌入式Linux过程：联盟　嵌入式Linux当前所面临的问题　嵌入式Linux未来面临的挑战　质量管理　结论第十章　互联消费类电子产品的软件开发战略　将在2010年引起轰动的产品已经出现了　新时代所需要的新技能　采取正确的行动　避免错误的行动　结论第十一章　产品和用户界面设计的区别　苹果公司和三星公司：两个复兴的故事　发现设计规则　优化设计和用户界面　建议　结论第十二章　客户关系——渠道与品牌的故事　场景　前进的潮流　对此能做些什么　结论第十三章　中国消费类电子产业　中国市场　本土消费类电子产品公司　中国的工程技术优势　中国的雄心　中国的消费类电子产品公司能取得全球性胜利吗　结论索引

章节摘录

第一章　不可抗拒的电子产业：动荡的时代　　消费类电子（Consumer Electronics，CE）产业是不可抗拒的。
没有什么比第一次见到某个人在使用一种新奇小玩意儿的情景更令人着迷的了。
我们情不自禁地想知道这新奇的小玩意儿会如何提高我们的生活品质。
无论是音乐会、体育比赛的实况转播，或与朋友和家人的不间断联系，还是更先进的家庭娱乐设备，新的消费类技术都迸发出了无与伦比的想象力。
消费类电子产业收入的激增并不令人吃惊。
消费者电子协会（Consumer Electronics Alliance，CEA）预计，美国的消费类电子产业的销售业绩将于2006年达到1300亿美元，在未来四年中，其增长率将是现在美国GDP增长率的2倍。
消费类电子产品公司以令人目眩的速度不断推出新产品，使消费者的期待持续增长。
这是冒险去取得利润的行为。
尽管有飞速增长的收入，但消费类电子产品公司仍然没有从这一快速增长产业中赢得利润。
而且，这些公司的收人来源仍然是那些“渴望技术的消费者”，而不是对注重服务、聪明的购买者，但是，需要注意的是，后者正在出现并被认为会在未来的市场中占有主导地位。
另外，更大的“蛋糕”正在被更多的公司瓜分：这些公司并不属于传统的消费类电子产业，如苹果（Apple）公司、戴尔（Dell）公司和微软（Microsoft）公司，项对这些公司当前财务状况的调查显示了这一变化。
“我们不赚钱，但是我们有乐趣”，北美最大的计算机零售商CompUSA的首席执行官拉里·蒙德里（Larry Mondry）对个人计算机产业的嘲讽也同样适用于消费类电子产业。
尽管新的发明不断出现，但是消费类电子产品的平均价格却保持稳定（大约每台184美元）。
2004年，该产业的平均收益率在照相设备行业的0.4%到大型家用电器行业的3.1%之间徘徊。
与之形成对比的是，2004年医疗设备制造商的平均收益率为12%。
消费者在以惊人的速度采用着新技术，从音乐播放器到数码照相机和电子医疗保健产品。
消费类电子产业的收入达到了前所未有的峰值。
对于一个需求量激增的产业来讲，高涨的从业热情却因为缺乏利润而被消磨掉了，这是一个难以解释的谜题。
我们在经历一个发展的、快速采用创新技术的复兴时代，那么消费类电子产业为什么仍然会缺少真正的利润呢？
很明显，这样一个动荡的时代需要一个模式转变，因为传统商业模式不能为此提供足够的反馈。
消费类电子产品公司需要以不同的方式来思考它们面临的问题——包括那些以前不曾被关注到的东西。
例如，今天的消费类电子产业的环境要求这些公司更多地对消费者的要求作出响应。
同时，只有固定成本结构变得具有灵活性，才能适应陕速增长的需要。
还需要看到，相关的发明创造一定会推动市场领导力的发展，所以我们必须着眼于采用一套新的战略来取得成功。
长久以来，业内人士一直描述这样一个迷人的未来景象：汽车与烤箱能够互联，家里到处弥漫着数字音乐。
但是，正如亨利·大卫·梭罗（Henry David Thoreau）在19世纪40年代评论当时从缅因州到得克萨斯州嗡嗡作响的电报系统时所说的那样：“缅因州和得克萨斯州也许没什么重要的事需要沟通。”尽管这个想法在今天可以很容易被反驳，但电报在1845年很可能还没有产生利润。
今天，虽然汽车和烤箱之间没有什么重要的事要“沟通”，但是使音乐在我们的房间里自由飘荡的设备并不是没有利润前景的，它已经是消费类电子产品公司传统商业模式的一部分了。
在全球范围内，IBM的消费类电子产业团队与领先的消费类电子产品公司合作并开发出了更加符合当前产业发展前景的新商业模型。
我们称这样的公司为“随需应变公司”。

我们相信业界很快将称这些创新者为“ 赢家 ”。
三个M　在这动荡的世界中，发展与创新的关键因素被归纳为三个M：元值（Metavalue）、模式（Models）和市场（Markets）。
元值是指技术、设备、服务和其相互协作的融合与集成。
与实现元值的新技术同等重要的是新商业模式。
最后，成长和创新需要依靠待开发地理市场来推动，尤其是金砖四国（BRIC：巴西＝Brazil、俄罗斯=Russia、印度＝India、中国＝China）。
元值：所得结果远远大于各部分之和。
协同优势作用的表达式为：1+1＝3，它表示两个事物合并所提供的价值高于其简单的相加。
通过对比，元值的概念可以被定义为通过两个事物的合并，你可以得到完全不同的、新出现的特性。
例如，2个氢原子和1个氧原子合并不是得到3个原子，而是1个水分子。
在消费类电子产业中，新技术能够实现元值、产品、内容和服务的重新整合，为最终消费者提供新的特性。
元值尤其在远程医疗保健、电子游戏和智能住宅领域中将得到显著提升，同时也得到新技术的支持，例如Cell processorTM和Linux。
远程医疗保健：将医院与家庭融合。
消费类电子产业将具有高利润率的医疗设备与家庭融合：远程医疗保健将复杂的治疗带到患者家中，在提高福利的同时，为医疗系统降低成本提供了机会。
例如，通过远程医疗保健，充血性心力衰竭的患者可以提早离开医院，因为医生可以远程监护他们的病情。
通过这种远程医疗系统，患者健康一旦恶化就能够在出现紧急情况之前被医生注意到（更多内容，请参见第五章）。
这个有价值的建议是难以抗拒的，尤其是在医生的指导下更是如此。
这并不仅仅是技术的整合，整个世界都在整合。
医疗进入家庭并不只是通过护士，还可以通过电视、移动电话或者因特网浏览器。
现在，所有这一切正在严格控制下的敏感领域进行，但最终将被广泛应用。
它首先主要是应用于老人，因为他们更容易受到慢性疾病的折磨。
电子游戏：玩起来如身临其境。
如果消费类电子产业以娱乐为目的，那么年龄域的另一端（年轻人）都会感兴趣。
事实上，网络电子游戏已经取代了很多人们在闲暇时做的传统的事情，如看电视（更多内容请参见第六章）。
电子游戏已经培育了一个市场，预计美国计算机和视频游戏市场在2007年将达到300亿美元的规模。
1983年有一句这样的电影台词：“ 这是游戏还是现实？
”现在它可以被用来描述今天的日常娱乐。
正如患者体内的生理参数被捕捉并输入到医疗系统一样，一级方程式赛车的实时远程信息也可以被加入赛车游戏中，还有实际飞行控制数据也可以被整合到飞行模拟游戏的环境里。
在游戏界，消费类电子产业的市场竞争已十分明显：微软公司对抗索尼（Sony）公司：Xbox游戏机对Play Station游戏机。
胜者是用尽全力来吸引年轻人并在消费类电子市场占有更多份额的微软公司，还是利用自身的品牌和内容优势来收复失地的索尼公司？
智能住宅：更加便利和更具创新性。
当陈旧的消费类电子商业模式在将技术融合应用于智能住宅的进程中显得缓慢的时候，这可能是因为我们在错误的地方寻找钥匙，也许“ 回家的钥匙就在心中 ”，乔治·波利（George Pohle，IBM商业价值研究院副总裁，IBM全球企业咨询服务部智囊团成员）就这样认为。
例如，用于定义医疗和游戏服务的方式，也可以用来对如何为智能住宅提供服务做决策。
支撑创造元值的技术。
一旦一个平台找到了进入“ 客厅市场 ”（Living Room）的方式，那么能够为医疗、安全、便利或

娱乐等提供更多服务的基础技术也就存在了。
所以来自各个领域的消费类电子产品公司都重新调整了商业模式，或者开发了全新的商业模式，来定义、提供、发布那些提高生活质量的服务。
Cell处理器：提升处理能力。
前所未有的计算机处理能力能够在小型的、便宜的终端上运行目前电子游戏中令人难以置信的实景动画。
游戏终端的Cell处理器处理能力呈10倍的速度上升，大大带动了消费类电子产业的应用发展（更多内容请参见第七章）。
随着它们周边系统的形成，这些应用将挑战新兴商业模型的极限。
其关键在于判断哪些是可以赢利的。
无处不在的Linux操作系统：开放源码的可能性。
几年前的一个预言是：以Linux操作系统为代表的开放源码软件将大行其道。
在异构的计算环境中，一些不在服务器上运行Linux操作系统的消费类电子产品公司将会受到质疑。
为重要的商业应用任务选择开放源码软件会在IT部门的协作中引起长期的争论，但在今天的新一代看来，这个决定是“不必费脑筋想的事情”。
就像亚伦·利维（Aaron Levie，Box.net的首席执行官）那样，“他在评估二十几个与其网站相似的企业的地位时说：‘我的扩展网络完全融人年轻人当中，我不知道有谁是不在Linux操作系统上进行开发的’”。
同样的技术正在设备领域中发展壮大（更多内容请参见第九章）。
Linux成为移动电话、个人数字助理（PDA）、家用网关或腕表的可选操作系统。
因为它强大、安全、快速，并且免费！
如果你关注Symbian、BlackBerry、Palm OS和Windows CE间的竞争的话，不妨坐下来放松一下，CE Linux被认为会成为其中的黑马，会占领不断增长的市场份额。
面对微薄的利润，设法降低成本的压力将使更多的消费类电子产品公司转向使用Linux操作系统。
模式：最优化消费类电子商业模式。
我们绝大多数的客户所遵从的传统商业模式具有两个明显的缺陷：首先，它被自身的天然属性所局限；其次，对辨别核心活动缺乏关注。
对于第一个缺陷来说，由于与公司的整体观念相反，进行独立经济核算的垂直管理型的商业体，不能够面向解决方案，而正是面向解决方案会产生与消费者相关的突破性创新举措。
在传统模式中，消费类电子产品公司在每个产品线主管下建立流水线式的职能链。
产品部门主管也只关注自己的职责，而不知道其他产品部门在做什么。

编辑推荐

无论是数字土著数字移民，在这个消费类电子产品横扫世界的时代，我们不得不承认这是一场“不可抗拒”的革命！

领导型消费者越来越成为消费类电子产业的不可忽视的重要力量，我从这本书中读到的理念，也是我们邮信通在本土市场逐步实践的指导原则。

——迪信通总裁 刘东海　　消费类电子产业继续以极快的速度增长：从MP3播放器到家用医疗保健设备，消费者以前所未有的速度使用着新的技术。
但是大多数消费类电子产品公司只能艰难地获取微薄的利润，甚至是亏损。
他们的传统的商业模式简直不能再正常工作了。
在本书中。
IBM的第一流的消费类电子产业顾问向我们揭示了巨大的赢利新机会——并提供了关于如何抓住这一机会的现实建议。

利用他们与从赫尔辛基到大阪的改革者们的合作经验，本书作者介绍了革命性的提高收益的按需商业模式。
并确定了将来最有利益空间的消费类电子产业的发展机会。
他们涉及了成功所需的每个元素：技术、设计、服务、品牌、渠道战略，等等。
无论你是一位管理人员，还是工程，师、战略制定者或者企业家，本书将帮助你找到你的特别之处，关注于你的主要成功动力——成为产业中长期的大赢家之一！

第一图书网, tushu007.com

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