

<<本质4>>

图书基本信息

书名：<<本质4>>

13位ISBN编号：9787506043281

10位ISBN编号：7506043289

出版时间：2008-4

出版时间：东方

作者：郎咸平

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>

<<本质4>>

前言

首个中国企业案例系列 近年来,中国经济发展的奇迹全世界有目共睹,在中国企业迅速成长而抢占国际市场的同时,整个世界突然惊醒了,原来我们(包括中国人本身)对中国企业的了解竟是如此的不足。

而我们的商学教育基本上也是失败的,全世界的商学教育包括中国内地、香港、台湾三地的主流高等学府,仍然使用美式的教材来教育和培训企业家。

而更为令人不解的是,三地的一些大学竟然以奖金激励方式,要求教授以英语教授美国式的教材。但是,中国商学院的学生和中国的企业家对于管理知识的饥渴已远远超过了美式教材所能给予的。

以我个人的经验而言,2002年以前,从国外请几位商学院教授来给EMBA或MBA上课是当时的时髦事,学生也喜欢听外国教授讨论国外企业的经营管理战略等课题。

但是2002年以后,一切都突然变了,我作为最前沿EMBA教学的教授感触最深,而且心理压力也极大,因为国内商学院学生和企业家们已经不想再学国外的教科书了,也不想听国外的案例了,而几乎是一面倒地要求教授讲授中西合璧的中国企业案例。

长江商学院的院长项兵有一句名言:“世界级的CEO是稀缺资源,而能教授世界级CEO的教授更是稀缺资源。

”我本人相当同意这句话,能教授世界级CEO而拥有中西合璧知识的大师,才是中国今天最稀缺的资源。

但是全世界尤其是中国本身连一本有关中国企业案例的书都没有,何况奢谈如何教授世界级的CEO呢?

当然,我无意在此处探讨如何成为大师级的教授,因为这不是本书系的重点。

我撰写本书系的目的是,希望将此首个以中国企业为主体的案例系列介绍给国内的企业家和商学院学生。

我的野心不大,我只希望一步一个脚印地打好商学教育的基础,将国人最渴望学习的中国案例摆放在书架上。

我编写此书系时,也加入了国外的几个案例,因为我的经验告诉我,国人对于一些国外企业的经营有着错误的崇拜心理,例如通用韦尔奇的传奇就是一个需要检讨的案例,我根本不同意国内业界对他的高度评价。

哈佛案例重主观描述,本书系案例重客观分析 我的案例和哈佛案例完全不同。

我将我在美国多年教授哈佛案例的经验和读者分享。

哈佛案例基本上是和案例企业充分沟通,因此是以报道为主,而不注重分析。

我常常开玩笑说,哈佛案例实际上是替案例企业做广告。

当然哈佛案例的最大价值就是,让学员了解案例企业本身自述的经营思维和运作手法等等。

我个人不喜欢这种案例风格,因为哈佛案例无法让学生掌握深度分析技巧。

我在中国进行了多年的案例教学,形成了自己的特色,我收集案例企业所披露的“所有信息”进行大量的数据整合以及深度逻辑式的剖析,而且我不和案例企业的领导交流,我希望完全以客观的财务数据来分析这家企业。

具体而言,我的案例着重于利用企业所披露的财务资料来分析这家企业的运作手法、股市操纵和战略思维,而不是企业本身如何说,这是和哈佛案例最大的不同点。

我讲一句比较客观的描述,被列入哈佛案例的企业普遍感到骄傲与光荣,被列入本书系案例的企业情况会各有所不同,因而很多企业会普遍感到紧张与不安。

重点式的分类,数据式的分析和理论性的验证 重点式的将案例分成“突围”、“误区”、“科幻”、“操纵”、“运作”、“整合”、“标本”、“思维”、“模式”、“本质”等几大类,而每一个案例都通过大量数据分析,以验证理论前提。

读者可能无法体会我所谓利用财务数据分析案例企业的运作手法、股市操纵和战略思维的艰难度。读者想象一下,我挑到一家企业后,在对该企业完全无知的情况下,我必须利用该企业所披露的信息和财务数据,将这家企业分类,而且每一大类都必须有其特色。

<<本质4>>

对我而言，我在选择具有代表性的案例企业时所面临的最大困难和挑战就是，每一个案例所传达的信息都必须由头到尾吻合财务数据，否则就必须重新来过。

所以该书系的写作，其价值并不仅在于大量的数据搜集，而更在于利用数据证明我所提出的理论观点。

最后，我有几点意见和读者沟通 第一，本书系使用最浅显的语言来具体描述每一个案例。

为了保证品质，我个人从头到尾仔细修订过数回，保证每个案例的通俗性和可读性，因此对读者的专业要求就相对的较低。

只要对企业经营与战略管理和股市操纵等课题有兴趣的读者，都是我的读者群。

我相信以本书系的写作方式而言，一般水平的读者都可以通过囫囵吞枣和走马观花的方式读完，而不会有太大的困难。

而且本书系的方法论具有延伸性与类似性，对读者基础背景的教育具有强化的作用。

第二，本书系的方法论极为特殊，是我精心创造出来的，其特点为结构严谨、条理清晰、逻辑连贯，因此适合作为大学本科和研究生有关公司财务、公司治理和企业战略等学科的案例教科书。

对于管理学和财务学知识背景较好的学生而言，学习的重点就不是类同一般读者走马观花式地读这套书系，而应学习本书系的方法论。

本书系中绝大部分案例基本上都是由香港中文大学的学生在我的指导下完成的。

这些学生在我的严格要求下，经常挑灯夜战，通过小组讨论分析数据以验证理论。

我十分感谢这些学生的投入，没有他们的勤劳刻苦，我不可能创作出让我如此满意的案例。

因此，我在他们参与的书的前(序)言中都正式地列出了他们的名字。

郎咸平

<<本质4>>

内容概要

本书是郎咸平“本质”系列的第四部。

作者对餐饮业、动漫产业、快速时装和顶级服装业的行业本质进行了深入的分析，并以大量令人信服的数据为基础，对如何在这些行业中立足与发展进行了剖析与总结。

餐饮业作者以谭氏官府菜和俏江南为例。

而动漫业，从美国动漫刺中观众幻想的神经和日本动漫借助超现实的想象空间满足观众的幻想，作者指出，中国动漫缺乏创作力的根本原因是没有把握行业本质。

对快速时装业，他说，M型社会形态的变化带来了浮躁心理，社会需要平价产品、时尚设计和冲动性消费，ZARA和H&M则迎合了这些行业本质特征。

至于顶级服装业的本质，郎咸平则以安娜苏为例说明了顶级服装品牌的女性化特质。

<<本质4>>

作者简介

郎咸平：美国沃顿商学院博士。
曾任沃顿商学院、密歇根州立大学、俄亥俄州立大学、纽约大学和芝加哥大学教授，现任香港中文大学教授。
被公认为公司治理的顶级专家。
著作有《公司的秘密》、《热点的背后》、《金融超限战》、《谁在谋杀中国经济》和《谁在拯救中国经济》等

<<本质4>>

书籍目录

总序

前言

第一篇 餐饮业的行业本质

第一章 中国餐饮业的历史与现状

一、中国餐饮业的历史

二、中国餐饮业面临的现状

第二章 什么是餐饮业的行业本质

一、行业本质的推论

二、研究数据的收集和研究方法

三、是有形体验使餐厅的定价得以提升吗

四、无形体验的推论

第三章 个案分析

一、连锁快餐厅

二、特色餐厅

三、高级特色餐厅

四、顶级特色餐厅

第四章 理论实践及证明

一、餐厅类型如何影响定价

二、以谭氏官府菜为例

三、以俏江南为例

四、小结

本篇总结

附录

附录一：“大众点评网”关于上海餐饮市场有形体验的数据分析

附录二：“大众点评网”关于上海餐饮市场六个类型餐厅的人均消费比较

附录三：“大众点评网”关于上海餐饮市场六个类型餐厅的性价比比较

第二篇 动漫产业的行业本质

第五章 美国动漫作品的特色

一、美国式英雄主义

二、利用动漫特技制造逼真感与震撼力

三、刺中观众幻想的神经

四、英雄配美人

第六章 日本动漫的特色

一、细致的角色、造型及场景设计

二、借助超现实的想象空间，以满足观众的幻想

第七章 中国动漫的不足

一、缺乏创作力

二、画技平凡、欠缺吸引力

本篇总结

第三篇 快速时装业的行业本质

第八章 社会形态变化——M型社会的形成

一、日本

二、美国

三、中国

四、M型社会的启示

<<本质4>>

第九章 社会形态变化带来的奢侈风气

- 一、名牌对青少年的吸引力
- 二、奢侈风气的启示

第十章 社会形态变化带来的浮躁心理

- 一、M型社会的浮躁心理
- 二、浮躁心理的启示
- 三、小结

第十一章 M型社会需要平价产品

- 一、ZARA的平价策略
- 二、H&M的平价策略
- 三、平价的原因
- 四、平价的其他原因
- 五、成本效益——H&M与ZARA之比较

第十二章 奢侈风气要求设计时尚

- 一、ZARA的时尚设计
- 二、H&M的时尚设计
- 三、H&M与ZARA的设计比较

第十三章 浮躁冲动性消费：款式多变

- 一、款式多变：ZARA
- 二、款式多变：H&M
- 三、ZARA与H&M的款式比较

第十四章 销售策略

- 一、ZARA的销售策略
 - 二、H&M的销售策略
- 本篇总结

第四篇 顶级服装业的行业席

第十五章 顶级服装业各品牌的女性化特质分析

- 一、主要品牌的定位与目标顾客
- 二、品牌与奢侈品
- 三、顶级服装业的公主：安娜苏

本篇总结

附录 郎成平教授与媒体的对话

后记

章节摘录

版权页：插图：贴切的意义是指在强调女性的俏皮魔力同时更注重强调当代女性的需要：在不同场合穿着最贴切的服装；在适当时机传递最贴切的信息。

为了表现不同场合穿着最贴切的服装这一主题，安娜苏贴心地为女性设计了安娜苏的休闲逛街凉鞋、安娜苏的沙滩手袋、安娜苏的轻盈约会装。

这就让女性在不同场合都可以“刻意地随意”散发女性魅力。

在生活、工作节奏如此之快的今天，最贴切的服装是对当代女性的要求，更是男性审阅一个约会伙伴的标准。

因此，安娜苏注重细节，在服装上通过大量使用女性化的蝴蝶结、蕾丝花边等来加强个人气质。

另外，怎么解释“在适当时机传递最贴切的信息”这层意思呢？

答案在于安娜苏为了迎合不同性格、不同阶层的女性要求，其产品除了高级服装，化妆品之外，更涉及专业用品、文具、乐器等一切与时尚相关的用品。

比如，安娜苏的电动吉他与传统吉他相比，造型别致精巧，它打造的摇滚女生要告诉你：“我摇滚，我可爱！”

安娜苏的纸袋分为一个系列，除了可以用做包装之外，还是非常流行的收藏品，它让女生觉得“我环保，我精致”。

安娜苏的名片夹是为了突出女性特质的点睛之作，在雄性荷尔蒙弥漫的商场上，它让女性在与人的交流中带出“我专业，我妩媚”的信息。

这种信息帮助女性在商场上明确自己柔弱的性别的同时，更重要的是它让男性更愿意成为“绅士”。

因此，从另外一个角度来说，安娜苏种种凸现女性特质的产品不仅没有让女性成为弱势的一方，反而让女性在更深远的层次上，更容易被男人服务，享受更高级别的优待。

这一点，是其他产品不可能做到的。

因此，这是安娜苏的制胜的法宝之一。

2.唯一与迪奥、香奈儿等高级化妆品不同，安娜苏在外形上没有选择金色、红色、橙色等暖色调，而是选用蔷薇花为主题，再搭配上神秘的紫色和全黑的花纹。

这样，在让人眼花缭乱的高端化妆品市场，安娜苏的化妆品一推出便强调唯一是产品独特性。

但是如果你以为安娜苏仅仅强调产品包装的唯一，你就大错特错了。

在产品外观独特的同时，安娜苏在广告中时时强调每一个女性的独特和唯一。

因此，这种深谙女性心理的策略让安娜苏成为女性的良友。

后记

然而，这些体验其实可被分为有形体验和无形体验。

“有形体验”是指一些能够直接感受而且可被量化的体验。

例如菜肴的口味、服务质量、环境因素等等。

以食物的味道为例，我们是可以通过品尝而直接感受到的。

并且可以根据主观的判断去评分的，这就是“有形体验”。

“无形体验”则是指一些只有用心去领会才能够体验得到的感受。

这种感受是透过餐厅的装潢、格调、服务及食物等种种因素配合而产生的体验。

例如阿一鲍鱼能够给予顾客一种高尚的感觉，这是因餐厅的菜肴、室内装潢、服务及餐厅的形象等因素结合而成才使客人体验到的感受。

这种 过去几年，我们陆续出版了郎咸平教授一系列的案例书。

郎教授的案例作品，理论与案例分析并重，对中国经济和中国企业的各种问题和机遇做了精准剖析，提供了全新的思路，带给广大读者对国民经济和企业发展的深度思考和启发，得到市场的热烈追捧，一度登上了年度图书畅销榜。

为满足广大读者的阅读要求，我们特将郎咸平教授的这几本案例书集合到一个新系列里，从内容到版式，都做了全面优化，重新修订出版。

这个新系列现在已经收录了郎教授的《突围》、《误区》、《科幻》、《思维》、《标本》、《模式》、《操纵》、《运作》、《整合》、《本质I》、《本质 》、《本质 》、《本质 》等畅销书。

我们期待这套新的修订版系列可以带给大家更多的思考空间和阅读乐趣，并提供经济发展和企业成长的独到思路，帮助我们的经济和企业走向成功。

东方出版社

<<本质4>>

编辑推荐

《本质4(案例点评修订版):你想到的为什么都错了》反思企业误判本质之痛，郎咸平经典案例作品修订版。

<<本质4>>

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>