

<<最神奇的博弈定律>>

图书基本信息

书名：<<最神奇的博弈定律>>

13位ISBN编号：9787510417030

10位ISBN编号：7510417031

出版时间：2011-4

出版时间：阳飞扬 新世界出版社 (2011-04出版)

作者：阳飞扬

页数：239

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>

<<最神奇的博弈定律>>

前言

古今中外有许多精妙的博弈策略，我国许多成语及成语典故，就是对博弈策略的令人叫绝的运用和归纳，如顺藤摸瓜、隔岸观火、先发制人，等等。

博弈论又称对策论，顾名思义，是赌博、对弈或类似情境下为求利益最大化所采取的策略、手段、方法、措施……古语有云，世事如棋。

博弈论正是衍生于古老的游戏如象棋、围棋等，后逐渐拓展至各种社会关系的互动，如大国关系的角力，人际关系的互动，夫妻关系的协调，资本市场的冷热，游戏赛场的出招，等等。

如果能领悟透博弈智慧，运用博弈的妙招，博弈的胜算就会大大增加。

近几年，招商引资是各地方政府的头等大事，一些地方政府为了招揽大企业，花了很多时间和精力，却没有达到很好的效果。

在很多情况下，富士康都是被各个省的领导争过去的，给予非常高的礼遇，给了不少政策上的优惠。这样难招的富士康，重庆市却巧妙地争取到了。

2008年和惠普“谈判”时，重庆市长黄奇帆说：“富士康要到重庆建厂，惠普80%的电脑整机零部件实现重庆造，你来不来？”

”惠普立即说来。

后来，黄奇帆到台湾会见富士康集团董事长郭台铭时，说的第一句话是：“我不是来招商的，我是来给你送订单的。

”黄市长的话一下子引起了郭台铭的兴趣。

2009年8月，黄奇帆代表重庆市政府与惠普、富士康签约。

这就是博弈的神奇之处，一个地处内陆的城市招商引资，在没有地理条件和经济条件优势的情况下，就需要改变传统的招商模式。

黄市长建立商业配套模式，既招零件供应商富士康，又招整机商惠普，通过配套优势成功打动惠普和富士康，这就是博弈智慧的妙用。

生活中每个人都是一个棋手，每一个行为如同在一张看不见的棋盘上布一个子，精明慎重的棋手们相互揣摩、相互牵制，人人争赢，下出诸多精彩纷呈、变化多端的棋局。

有人的地方就有博弈，有利益的地方就存在着争斗。

从中国两千年前的《孙子兵法》，到当今最有名的纳什均衡，博弈论从未离开人们的视线。

博弈论源于生活，其理论只不过是人们日常行动的抽象和总结。

本书用直观、形象、有趣的语言讲述了生活中的博弈场景，把那些高手的博弈智慧生活化、故事化，从而让读者既能轻松读懂博弈，又能掌握博弈论智慧的精妙之处。

本书既有人际互动的妙招，也有寓言故事的启发；既有博弈智慧在学习、生活中的妙用，也有博弈智慧在市场、职场中的妙用。

如果能将博弈论的思想、观念和精细的分析技巧，运用于日常生活和经济活动，有助于我们在未来对抗性更强、竞争更激烈的社会生活中获取更多的成功机会。

希望本书能帮助读者启迪智慧、开阔视野、拓展能力，在工作、生活和学习中活学妙用博弈智慧，从而达到事半功倍的效果。

<<最神奇的博弈定律>>

内容概要

《最神奇的博弈定律》既有人际互动的妙招，也有寓言故事的启发；既有博弈智慧在学习、生活中的妙用，也有博弈知识在市场、职场中的妙用。

<<最神奇的博弈定律>>

作者简介

阳飞扬，社会学硕士，致力于经管畅销书的写作。

作者写作匠心独运，思路引人入胜；文风清新，语言生动流畅；关注心灵，用文字滋润读者；追求进步，用知识塑造灵魂。

已出版《听总裁们谈经营之道：50位本土总裁谈企业决胜方略》、《做得多不如做得对》、《最神奇的24堂员工课》、《每天读点管理博弈学》、《经济学的诡计》等多部优秀畅销书。

<<最神奇的博弈定律>>

书籍目录

囚徒博弈定律身陷弱势，用替对方思考的心来拯救自己“旅行者困境”的生存哲学：精明有时候得不偿失共同利益受损时，谁该第一个采取行动价格战新解：薄利未必多销智猪博弈定律多劳不多得，少劳不少得地位决定策略：居后者后发行业老大的策略：先发制人不走寻常路，借名也能让你出名让搭便车变成自驾车斗鸡博弈定律敌退我进，敌进我退让步吃得眼前亏呆若木鸡——斗鸡博弈的最高境界当仁不让——争取是最好的晋升之道酒吧博弈定律但愿君心异我心投资的羊群效应：都是扎堆儿惹的祸热门与冷门是相对的长尾理论枪手博弈定律实力不是决定胜负的唯一标准以敌制敌的生存之道隐藏智慧，在激烈的争斗中幸存合作——突破竞争局面的利器脏脸博弈定律为什么看不清自己以假乱真，从“皇帝的新衣”说起职场中的“显性惯例”与“潜在规则”用别人的批评照见真实的自己胆小鬼博弈定律两军相逢勇者胜绝圣弃智——“狂者”的制胜策略让威慑力增长，再增长有勇无谋——胆小鬼博弈定律的短板猎鹿博弈定律大家好才是真的好明星嫁富豪的缘由协作中，找到自己的位置与方向双赢第一步：让对方有甜头避免内耗，三个和尚也有水喝信息博弈定律让对手永远猜不到你的下一步棋利用甄别机制透析对手的内心利用伪装占领信息制高点沃尔森法则：提升获取有效信息的能力把秘密保守到真正的最后一刻蜈蚣博弈定律倒推法计算收益顺藤摸瓜的妙用分阶段实现目标王永庆的瘦鹅理论概率博弈定律列出“最好的可能”和“最坏的打算”常赌必输的大概率意外发生的小概率要理性不要赌性随机博弈定律为思想准备一支机动部队运气比实力重要市场是不可预测的重复博弈定律别让“一锤子买卖”毁了可持续发展当近视的“一次性博弈”遇见远视的“重复性博弈”田忌赛马的序列博弈顽猴博弈定律只有永远的利益，没有永远的朋友旁观者效应两害相权取其轻分裂博弈定律不争才是上争小代价换取大人情吃小亏赚大便宜分面包博弈定律制度是怎样产生的权衡责、权、利，发挥制度的作用想掌握规则的制定权，先把自己做强让滥竿无法充数蝴蝶博弈定律千里之堤毁于蚁穴牵一发而动全身精细化管理：不求最好，只求更好破窗博弈定律无视就意味着纵容破窗修复定律一：从小事做起，从身边做起破窗修复定律二：及时修好“第一扇被打碎的玻璃窗”麦穗博弈定律选择没有最优解，只有最满意解婚姻只有相对解选择决定命运有时放弃是最好的选择霍布森选择：没有选择余地的选择布里丹毛驴博弈定律良机在举棋不定中溜走犹豫不决等于慢性自杀有一种决定叫观望酸葡萄博弈定律得不到就贬损，只为求得心理平衡丢掉“酸葡萄”，做个快乐的行者投资的鳄鱼法则：有效的撤退有时是理智的前进沉锚博弈定律让对方为你加价重要的第一次要价第一印象的诱导效应肥皂水博弈定律将批评夹在赞美中批评之后及时表扬暗示比直接更有效批评到位就够了踢猫博弈定律为什么受伤的总是弱势群体控制你自己，别把坏心情传染给别人别拿别人的过错惩罚自己鲑鱼博弈定律“小宇宙”总在危机来临时爆发寻找公司里的“鲑鱼”保护对手就是保护自己马太博弈定律好的愈好，坏的愈坏赢家通吃时代的决胜法则：优势累积马太效应的吸引力法则皮革马利翁博弈定律期望什么，就能得到什么从聪明的“笨”孩子说起肯定的力量鹬蚌博弈定律为何是第三方获利渔翁的小九九：让对手窝里反不安全的观望者：瞻前更要顾后第三方的大智慧：一笑泯恩仇拍卖陷阱博弈定律不划算也得干骑虎难下的困局后悔是错上加错哈定博弈定律公共利益面前，能捞者多捞酿恶果揭开“大象濒临灭绝”的人性学面纱灯塔为什么只能由政府建造格雷欣博弈定律劣币驱逐良币柠檬市场的形成人才的逆向选择巧妇常伴拙夫眠民主博弈定律形式的民主远离实质的民主由苏格拉底的死因说起杂货铺定位问题与西方两党政治路径依赖、博弈定律惯性的力量打破思维的墙习惯不是最好的仆人，便是最坏的主人经验也有毒木桶博弈定律一只木桶盛水的多少，取决于最短的木板劣势决定优势重视“非明星员工”木板之间的合作做自己最擅长的事情手表博弈定律两只表给不出准确的时间多层领导等于没有领导一次只做一件事稻草博弈定律压死骆驼的最后一根稻草别让结果吓坏他，要求还得逐步提防微杜渐，将危机扼杀在摇篮里生活的平衡哲理：度水手博弈定律无风险一定无收益，有风险不必然有收益不敢行动的人，何谈成功“血腥味”最浓的时候，就是风险最大的时候莽撞的人当不了冒险家热炉博弈定律铁炉不谈人情！

今行禁止，不拖延“热炉”面前，人人平等刺猬博弈定律保持最恰当的距离，相互取暖公司里的“心理距离效应”避免与熟人做生意给自己留点权威感胡萝卜大棒博弈定律批评和激励双管齐下既要批评，也要奖励领导的“火攻”与“水疗”罚款不如给甜枣，奖励比惩罚更有效

<<最神奇的博弈定律>>

<<最神奇的博弈定律>>

章节摘录

智猪博弈的精髓是借，顺势可借，逆势也可借，运用得当，就能变输为赢。

英国麦克斯亚的一个妇女，一纸诉状将丈夫告到法院，理由是丈夫有“外遇”。

法官问第三者是谁，这妇女居然说是足球。

法官觉得没法控告足球，便劝该妇女控告生产足球的厂家。

这起无厘头的控告引起了广大媒体的关注，大家都以为该厂家会对这起官司不予理睬，可出乎意料的是，该足球厂不但欣然应诉，居然还赔偿给这妇女孤独费10万英镑。

一直关注该场官司的媒体争相报道这桩奇案。

这一事件之后，该厂名扬四方，其产品也供不应求。

这个足球厂的老板就是一个借逆势的高手，表面上的“败”，其实是“大赢”，借“奇案”的便车以达到宣传企业自身的目的。

如果这家足球厂是一家弱势品牌，那这桩案件的轰动效应足以让它全国皆知，如果这家足球厂是一家强势品牌，那该案件会很好地巩固自己的品牌优势，有什么广告比妻子状告足球是丈夫小蜜的宣传更为强劲呢？

在生活中，即使是强势的一方，在博弈之初，其力量可能也很弱小，最终他们却由弱变强，这与他们借助名人效应的博弈策略是分不开的。

人们总有这样的权威心理，凡是名人生活的环境都是非凡的，凡是与名人有联系的必定是不一般的。名人本来就有一定的社会影响力和号召力，利用名人做宣传更是一种双赢的选择，让名人出尽风头的同时也让自己出尽风头。

2001年，TCL为了打造“国产手机第一品牌”的国际化形象，斥资1000万元聘请“韩国第一美女”金喜善为其代言人，并力邀国际级导演张艺谋担纲广告片的拍摄。

在金喜善出演的TCL手机广告中没有一句台词，金喜善只是利用自己的肢体语言和表情表达出她对TCL手机的喜爱和信赖。

这部广告片在中央电视台的黄金时段进行投放，取得了很好的宣传效果，TCL手机“中国手机新形象”的广告语传遍全国。

金喜善美丽、高贵、大方，符合产品本身的特质，同时她的国际化背景和对中国年轻时尚群体的巨大感召力也是TCL品牌可以搭便车的重要因素。

应该说，TCL手机品牌搭上金喜善的便车策略是正确而有效的。

与此类似，阿迪达斯公司也是搭名人便车的个中高手。

阿迪达斯公司不但拿产品馈赠体坛明星，还馈赠给各界知名人士。

它还在公司总部独出心裁地创建了世界上唯一的一座运动鞋博物馆，专门陈列体坛明星穿过的阿迪达斯运动鞋。

其中，有欧文斯穿过的球鞋、拳王阿里穿过的高统拳击鞋，等等。

当著名运动员来博物馆参观时，公司总是免费给予招待，而名人们也确实为阿迪达斯公司带来了更大的名气。

名人因其是某一领域的成功之人，他们有足够的吸引力吸引人们的注意力，所以他们对商品的选择和使用，都会带来无限的潮流和商机。

在与他人博弈的过程中，“小猪”们应想办法借助名人的优势。

要做到这一点，就必须首先与名人沾上边，学会把名人变成朋友，把朋友变成兄弟，把兄弟变成手足。

成了名人的手足，自己也就成了名人，自己成了名人，成功也就指日可待了。

在激烈的竞争市场中，善借势者善生存，有势时借势，无势时造势也要借，而且顺势要借，逆势也要借。

挖掘势中的利益点，在势中壮大自己。

<<最神奇的博弈定律>>

<<最神奇的博弈定律>>

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>