

第一的條件

世界第一的企業及其策略經營



著者：安田弘道

譯者：陳榮貴



第一的條件



世界第一的企業及其策略經營



著者：安田弘道

譯者：陳榮貴

② 第一的條件

譯者：陳

榮

貴

出版者：榮

泰

出

版

社

地址：北市杭州南路一段

145

號

3

樓

電話：(〇二)

三九三一

六八三

三九五

一四七一

發行人：陳

榮

貴

郵政劃撥帳號：一〇六八九四四一七

初版：一九八六年

印刷：三文印刷廠

地址：台北市西園路二段

279

之

2

號

登記證：局版臺業字第叁陸貳捌號

特價新台幣一三〇元

(如有缺頁、破損請寄回調換)

目錄

譯序

序章 策略經營時代的來臨

- △ 維繫強大美國的企業重建利器……………一一
- △ 策略經營實際上就是要回歸企業經營的原點……………一三
- △ 在成熟市場下經營資源的最適分配……………一八
- △ 充滿戰鬥氣息的企業間競爭……………二三
- △ 有限戰爭所使用的五種企業競爭策略……………二五

第一章 IBM（萬國商業機器公司——世界第一的電腦製造

商）的雄心壯志

- △ 意圖稱霸資訊市場的豪邁宣言……………三七
- △ 在個人電腦市場爭奪戰中落敗的先驅企業……………四〇
- △ 無羈巨人的欲望界限……………四六
- △ 未來資訊社會的結構……………五〇
- △ 蓄意成爲龍中龍的IBM策略……………五三

第二章 AT&T（美國電話電報公司——世界第一的通信機

器製造商）的起死回生

- △ 花費十年歲月才實現的策略轉換……………六五
- △ 所有的策略目標旨在追擊IBM……………六八
- △ 整備公司內外的態勢……………七一
- △ 對資訊機器社會降臨雀躍不已的日本之諷刺……………七七

第三章 GE（通用電子公司——世界第一的電機製造商）的

體質轉換

- △ 「患重病的老大國家」求生存之道…………… 八七
- △ 為謀經營資源最適分配的體質變革…………… 九五
- △ 對日本企業的防衛策略…………… 一〇四

第四章 柯達（世界第一的相機軟片製造商）的策略兵法

- △ 由盛轉衰的老店式企業文化…………… 一一三
- △ 一連串的經營疏失…………… 一一九
- △ 已睡醒的巨象…………… 一三三

第五章 花旗銀行（世界第一的銀行）的深長執着

- △ 不能因應資訊社會所需的銀行就會消滅…………… 一三九
- △ 銀行須憑創意克敵致勝…………… 一四三

△ 渥克霍利可大樓……………一四六

△ 環太平洋包圍策略與日本……………一五二

第六章 亞美克斯（世界第一的信用卡公司）的經營標的

△ 非銀行的銀行登上舞台……………一六一

△ 信用卡的蛻變……………一六五

△ 西爾施的平民銀行作風……………一七三

第七章 通用汽車公司（世界第一的汽車製造商）的震撼療法

△ 迫於無奈的企業自我主義……………一八三

△ 業界龍虎雙雄聯手的實情……………一八六

△ 真的是強者的聯合嗎？……………一九二

△ 「薩坦」計畫……………一九七

△ GM的目標指向高科技領域……………二〇〇

第八章 安查海·布西公司（世界第一的啤酒公司）的攻擊策略

△ 重視細節（細部）……………二〇七

△ 克服危機的力量……………二一一

△ 回歸企業活動的原點……………二一九

第九章 可口可樂公司（世界第一的可樂製造商）的深謀遠慮

△ 以企業的社會信用作為武器……………二二七

△ 頂尖企業才辦得到的正面攻擊……………二三三

△ 山多所犯的大錯……………二三八

第十章 西爾施公司（世界第一的零售商）出售21世紀的美夢

△ 日本西武的失策……………二四五

△ 持續銷售『美國人的美夢』……………二四七

△ 將高科技當作武器……………二五一

△ 第一家未來店舖……………二五六

目錄

譯序

序章 策略經營時代的來臨

- △ 維繫強大美國的企業重建利器……………一一
- △ 策略經營實際上就是要回歸企業經營的原點……………一三
- △ 在成熟市場下經營資源的最適分配……………一八
- △ 充滿戰鬥氣息的企業間競爭……………二三
- △ 有限戰爭所使用的五種企業競爭策略……………二五

第一章 IBM（萬國商業機器公司——世界第一的電腦製造

商）的雄心壯志

- △ 意圖稱霸資訊市場的豪邁宣言……………三七
- △ 在個人電腦市場爭奪戰中落敗的先驅企業……………四〇
- △ 無羈巨人的欲望界限……………四六
- △ 未來資訊社會的結構……………五〇
- △ 蓄意成爲龍中龍的IBM策略……………五三

第二章 AT&T（美國電話電報公司——世界第一的通信機

器製造商）的起死回生

- △ 花費十年歲月才實現的策略轉換……………六五
- △ 所有的策略目標旨在追擊IBM……………六八
- △ 整備公司內外的態勢……………七一
- △ 對資訊機器社會降臨雀躍不已的日本之諷刺……………七七

第三章 GE（通用電子公司——世界第一的電機製造商）的

體質轉換

- △ 「患重病的老大國家」求生存之道……………八七
- △ 為謀經營資源最適分配的體質變革……………九五
- △ 對日本企業的防衛策略……………一〇四

第四章 柯達（世界第一的相機軟片製造商）的策略兵法

- △ 由盛轉衰的老店式企業文化……………一一三
- △ 一連串的經營疏失……………一一九
- △ 已睡醒的巨象……………一三三

第五章 花旗銀行（世界第一的銀行）的深長執着

- △ 不能因應資訊社會所需的銀行就會消滅……………一三九
- △ 銀行須憑創意克敵致勝……………一四三

△ 渥克霍利可大樓.....一四六

△ 環太平洋包圍策略與日本.....一五二

第六章 亞美克斯（世界第一的信用卡公司）的經營標的

△ 非銀行的銀行登上舞台.....一六一

△ 信用卡的蛻變.....一六五

△ 西爾施的平民銀行作風.....一七三

第七章 通用汽車公司（世界第一的汽車製造商）的震撼療法

△ 迫於無奈的企業自我主義.....一八三

△ 業界龍虎雙雄聯手的實情.....一八六

△ 真的是強者的聯合嗎？.....一九二

△ 「薩坦」計畫.....一九七

△ GM的目標指向高科技領域.....二〇〇

第八章 安查海·布西公司（世界第一的啤酒公司）的攻擊策略

△ 重視細節（細部）……………二〇七

△ 克服危機的力量……………二一一

△ 回歸企業活動的原點……………二一九

第九章 可口可樂公司（世界第一的可樂製造商）的深謀遠慮

△ 以企業的社會信用作為武器……………二二七

△ 頂尖企業才辦得到的正面攻擊……………二三三

△ 山多所犯的大錯……………二三八

第十章 西爾施公司（世界第一的零售商）出售21世紀的美夢

△ 日本西武的失策……………二四五

△ 持續銷售『美國人的美夢』……………二四七

△ 將高科技當作武器.....二五一

△ 第一家未來店舖.....二五六

譯序

業界排名第一的企業，必具備第一的條件。再根據「成長與停滯的分水嶺」乙書作者日下公人的看法，成長企業必有其「宿命的勁敵」。以電腦業的龍頭企業——IBM（萬國商業機器公司）而言，在其深謀遠慮想由電腦王朝轉化成資訊帝國的過程中，但要面對高揭第五代電腦的日本電子軍團的對抗行動，更要面對另一資訊巨人——AT&T（美國電話電報公司）的強大挑戰。此種競爭是不可避免的，此種競爭更是一種何者具有較多「第一的條件」才能稱雄的過程。（有關上述的競爭過程，詳情可參閱拙譯『IBM王朝』乙書）。

本書作者本著策略經營的關點，以及身為記者的敏銳觀察眼光，就IBM、AT&T、GE、柯達、花旗銀行、亞美克斯、GM、安海查·布西、可口可樂以及西爾施等

十大企業——在各行業的世界排名第一的大企業，作一番深入淺出的理論性兼實務性的論述。就本書的內容而言，不僅深具啓發性，更令人讀之而有眼界大開的感覺。

單就本書的書名來說，其本身就具有相當的創意，本書如能給予讀者諸君些許「第一」的啓示，便是本書的價值所在。惟付梓之際，因原書有些圖文在製作上發生技術上的困難，有一小部分已經過刪改，關於此點務祈讀者諸君見諒。

在翻譯本書的過程中，譯者深感任何企業要想追求成長、追求第一，必須隨時注意內外環境的變化，擬定長短期的因應與挑戰的策略，經營者要有雄心大志以及能建立和諧的勞資關係等。凡此種種都是環環相扣、節節相連的牽動性連鎖過程，在反省與對應、挑戰與被挑戰等複雜的互動過程中，才能規避企業衰亡法則的宿命性支配，而邁向成長與繁榮。準此，相信本書的價值，不會僅止於其迷人的書名而已。

譯者 陳榮貴於台北