

运营管理

An Introduction to
Operations Management

[美] 杰拉德·卡桑 克里斯蒂安·特维施◎著

Gérard Cachon & Christian Terwiesch

任建标◎译

《供需匹配的视角》

Matching Supply with Demand



中国财政经济出版社

运营管理

供需匹配的视角

Matching Supply With Demand

杰拉德·卡桑

沃顿商学院运营与信息管理教授

克里斯蒂安·特维施

沃顿商学院运营与信息管理副教授

任建标 译

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

运营管理/ (美) 卡桑, (美) 特维施著; 任建标译. —北京: 中国财政经济出版社, 2006. 2

书名原文: Matching Supply With Demand: An Introduction to Operations Management

ISBN 7-5005-8832-1

I. 运... II. ①卡... ②特... ③任... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 144951 号

著作权合同登记号: 图字 01-2005-6566 号

Gérard Cachon, Christian Terwiesch

Matching Supply With Demand: An Introduction to Operations Management

ISBN 0-07-124426-3

Copyright © 2006 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by McGraw-Hill, a division of The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition is published and distributed exclusively by China Financial & Economic Publishing House under the authorization by McGraw-Hill Education (Asia) Co., within the territory of the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书中文简体字翻译版由美国麦格劳-希尔教育出版(亚洲)公司授权中国财政经济出版社在中华人民共和国境内(不包括香港、澳门特别行政区及台湾)独家出版发行。未经许可之出口, 视为违反著作权法, 将受法律之制裁。

未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: webmaster@ewinbook.com

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 010-88191017

三河世纪兴源印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 29 印张 520 千字

2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月北京第 1 次印刷

定价: 50.00 元

ISBN 7-5005-8832-1 / F·7687

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

使用指南

http://www.mhhe.com/cachon_terwiesch

欢迎使用由全球顶尖的沃顿商学院运营与信息管理学系的杰拉德·卡桑和克里斯蒂安·特维施教授合著的《运营管理：供需匹配的视角》。本书是一部重视应用理论的介绍、结构新颖而又有很强实践指导意义的全新的运营管理教科书。在使用本书时请注意以下特点：

1. 全新的运营管理体系架构。作者将传统的企业内部的生产与运作管理纳入到了企业所处的供应链管理上，拓展了运营管理的研究范围，完善了运营管理的体系，并且体现了运营管理研究的发展趋势。
2. 重视运营管理的基础训练。作者特别强调对模型的详细介绍，解释如何在现实中获得模型中的参数，而且开放性地讨论了每一个模型/战略在应用中的挑战，使学生能够得到运营管理的基础训练，知道如何将理论应用于实践。
3. 大量结合企业实践的案例研究。本书的指导方针就是“真实的运营管理，真正的简单易懂”。“真实的运营管理”指本书中的大多数章节都是根据某个具体公司的实际情况编写。“真正的简单易懂”是指将复杂的问题分析变得通俗易懂，这对于运营管理来说是至关重要的。
4. 本书各章后附有大量习题和拓展阅读，便于读者准确掌握课文中的内容。大量的“计算步骤”模块详细描述了如何解决运营管理中的一些具体的决策问题。

本书配有专门的教学网站（http://www.mhhe.com/cachon_terwiesch）和教师光盘，为教师提供丰富的教辅课件，采用本书作教材的教师请与我们联系索取相关资料。



财经易文 学习的伙伴
www.ewinbook.com

中文版序言

我们很高兴这本运营管理能够有中文版面世。过去的几十年中中国经济迅猛发展，在世界经济的发展中产生了很大的影响。今天，基本上所有的国际性大公司都与中国的经济有联系。这些都证明中国经济在世界经济中扮演了关键的角色。

许多西方公司在本土面临运营上的无效率时都把方向转向了中国作为运营改善的解决方法。与美国和欧洲相比，中国相对低廉的劳动力成本使得中国在运营上很有吸引力。但是除了低工资之外，运营上还有很多需要考虑的因素。运营是一个复杂的系统，竞争的重点还需要考虑质量、柔性和反应时间等等。在许多中国大学和商学院里研究生接受了优越的教育之后，毫无疑问，中国不会仅仅是实施低成本的运营，而且还要在运营的其他方面强于西方国家。我们很荣幸地看到这本书被翻译成了中文，因此她能够为中国的运营管理教育作出一些自己的贡献，尽管可能非常小。

我们要感谢上海交通大学管理学院的运营管理课程教授任建标推动了本书的中文版引进并且翻译了此书。我们希望所有的读者，不论是中文版的还是英文版的读者，会发现阅读本书能够帮助他们设计公司的运营系统并且获取显著的竞争优势。

杰拉德

克里斯蒂安

2005年12月25日

作者简介

杰拉德·卡桑 (Gerard Cachon), 宾夕法尼亚大学沃顿商学院 (The Wharton School of the University of the Pennsylvania) 运营与信息管理学讲席教授。授课内容包括 MBA 的核心课程——运营管理、MBA 的选修课程——整合营销与运营, 以及博士生的运营管理课程。卡桑教授的研究领域是供应链管理, 主要研究新技术如何完善供应链设计, 创新的激励机制如何提高供应链上的协作。他曾在《哈佛商业评论》(*Harvard Business Review*)、《管理科学》(*Management Science*)、《生产与服务运营管理》(*Manufacturing and Service Operations Management*) 以及《运营研究》(*Operations Research*) 上发表了大量的文章。他还是五个运营管理的顶级期刊的编委会成员之一。他曾为很多公司提供过关于运营管理方面的咨询, 包括 4R Systems、Ahold、Americold、Campbell Soup、IBM、Medtronic 以及 O'Neill。

卡桑教授于 2000 年 7 月加入沃顿商学院, 之前供职于杜克大学 (Duke University) 的 Fuqua 商学院。1995 年, 他获得沃顿商学院授予的博士学位。

他提倡骑脚踏车上下班, 同时提倡其他一些环保的交通模式。他喜欢与他的妻子和四个孩子一起徒步旅行、滑雪、钓鱼、潜泳和潜水。

克里斯蒂安·特维施 (Christian Terwiesch), 宾夕法尼亚大学沃顿商学院运营与信息管理学副教授, 为 MBA 和 EMBA 讲授运营管理和产品开发课程。他还是位于法国枫丹白露 (Fontainebleau) 欧洲工商管理学院 (INSEAD) 的访问学者, 并在此获得了他的博士学位。他关于产品开发和供应链管理的很多学术论文在许多顶级期刊上发表, 包括《管理科学》(*Management Science*)、《运营研究》(*Operations Research*)、《营销科学》(*Marketing Science*)、《组织科学》(*Organization Science*) 以及《产品创新管理学报》(*the Journal of Product Innovation Management*)。他还是很多期刊的编辑, 如《管理科学》(*Management Science*)、《生产与运营管理》(*Production and Operations Management*) 以及和《IEEE 学报》(*IEEE Transactions*)。

特维施教授曾为很多公司提供过研究与咨询服务。他咨询的项目包括 BMW 的并行工程、Intel 和 Medtronic 的供应链管理、Merck 的渠道管理研发, 以及若干个大型医院的运营改善。

他是脚踏车爱好者, 参加过欧洲和美国的铁人三项比赛。他喜欢在夏天与妻子和三个孩子到欧洲度假。

译者序

由全球顶尖的沃顿商学院运营与信息管理学系的杰拉德·卡桑和克里斯蒂安·特维施教授合著的《运营管理：供需匹配的视角》是一部重视应用理论的介绍、结构新颖而又有很强实践指导意义的全新的运营管理教科书。该书的两位作者在美国商学院的运营管理的研究和教学中都非常出色，在运营管理学界享有很高的声誉，尤其是杰拉德·卡桑教授，他是《管理科学》（*Management Science*）的高级副主编、制造与服务运营管理学术组织的主席，他曾在《哈佛商业评论》（*Harvard Business Review*）、《管理科学》、《生产与服务运营管理》（*Manufacturing and Service Operations Management*）以及《运营研究》（*Operations Research*）上发表了大量的文章。他们的教科书自2002年首版问世以来已经被美国许多研究型商学院教授所采用，足以看出该教科书具有的高质量以及体现出来的学术价值和实践应用活力。

该书在介绍和阐述运营管理的体系架构、重视运营管理的基础训练以及结合企业实践的案例研究等三个方面充分体现了作者在运营管理教学与研究上的匠心独运：

1. 全新的运营管理体系架构。作者以企业运营管理中供给与需求不匹配的现象为主线，在流程分析、收入管理、库存管理和供应链管理等内容中详细介绍企业如何应对供给与需求的不匹配。可以看出作者已经把传统的企业内部的生产与运作管理纳入到了企业所处的供应链管理上，从而拓展了运营管理的研究范围，丰富了运营管理的研究视角，完善了运营管理的体系，并且体现了运营管理研究的发展趋势。作者为了配合各章内容，还特意用“计算步骤”模块详细描述了如何解决运营管理中的一些具体的决策问题，给出了进行这些决策的方法和工具以支持和完善运营管理的体系架构。

2. 重视运营管理的基础训练。作者认为，即使在严格的学术环境下，专业的培训需要的也是学生们可以在现实中加以应用的工具和策略。作者通过介绍在现实的运营管理环境中如何运用运营模型，来达到分析问题、解决问题的目的。作者特别强调对模型的详细介绍，解释如何在现实中获得这些参数，而且开放性地讨论每一个模型/战略在应用中的挑战，从而使学生获得运营管理的基础训练，知道如何将理论应用于实践。

3. 大量结合企业实践的案例研究。本书的指导方针就是“真实的运营管理，真正的简单易懂”。“真实的运营管理”指本书中的大多数章节都是根据某个具体公司的实际情况编写。本书案例的选取具有较强的代表性，选择了大量不同类型的公司，小型的和大型的、服务业、制造业以及零售业等等，对实际工作具有较强的指导作用。作者为了强调案例在学习中的作用，除在正文中大量使用案例外，在练习中也主要采用案例分析的方法进行论述，对提高读者对运营管理的实际问题进行分析的能力有很大的促进作用。我们相信，通过这些案例和实战习题的学习，可以使读者掌握应对今天的运营管理问题挑战的方法和工具。

本书是一本体系结构全新的教材，它的价值在于取材于企业的实践、经过运营管理理论的研究，并且又具有实践操作性。它涉及的知识和内容非常丰富，非常适合作为 MBA、EMBA、商学院本科生、研究生及在职管理人员的学习和参考教材。

本书在麦格劳—希尔出版集团的教材网站 <http://www.mhhe.com/pom> 上有大量的教师教学和学生学习的辅导材料。值得一提的是本书配有相应章节内容的哈佛商学院出版的案例集，有兴趣的读者可以参考中国人民大学出版社出版的哈佛商学院 MBA 核心课程案例教材《技术与运营管理》和《供应链管理》。

本书的翻译是一种荣耀也是一项挑战。本书由上海交通大学安泰管理学院运营管理学科组责任教授任建标翻译。首先译者要感谢上海交通大学安泰管理学院院长王方华教授的一贯支持和鼓励，没有王院长的支持和鼓励，运营管理教学和科研就不会出现欣欣向荣的气象。另外我还要感谢我的研究生同学加州大学 Irvine 分校的 Fuqiang Zhang 教授，他在杰拉德·卡桑教授的指导下毕业于沃顿商学院，在联系教材的引进和翻译中提供了很多帮助。

本书能够按照计划完成是与麦格劳—希尔出版集团和中国财政经济出版社易文出版中心的编辑和出版工作人员高效率的工作分不开的。他们是卞爱莉、刘占彬和其他许多并不认识的工作人员。我要感谢他们对我个人所表现出的一贯支持。

由于译者水平有限，译书中难免有不当和错误之处，敬请读者批评指正。

任建标

上海交通大学安泰管理学院

jbren@sjtu.edu.cn

2006 年 1 月 8 日

序 言

本书介绍了我们对于运营管理基本知识的认识和观点。在我们执教于沃顿商学院的几年里，我们的学生经常要我们推荐与课堂中案例和课程相配合的读物。然而，学生们觉得我们推荐的读物的内容或者是与现实相去甚远（在不现实的假设基础上虚构的公司），或者是过于技术化（每一页中都有大量的希腊字母）。

针对现有读物的缺点，我们编写这本书的指导方针就是“真实的运营管理，真正的简单易懂”。“真实的运营管理”指本书中的大多数章节都是根据某个具体公司的实际情况编写的。这么做的原因有两个。第一，通过在现实背景中讨论那些比较枯燥的东西，使它们变得更生动。公司和产品相对于数字和等式更容易被记住。我们选择了大量不同类型的公司，小型的和大型的、服务业、制造业以及零售业等等。虽然不能代表所有情况，但我们相信，将这些案例放在一起，可以为我们展现出今天的运营管理所面临问题的真实画面。

第二，我们不希望等式和模型仅仅成为学生们在数学上的智力游戏。我们认为即使在严格的学术环境下，专业培训也需要教给学生们可以在现实中加以应用的工具和策略。我们通过介绍在现实的运营管理环境中如何从开始到最后的整个过程中运用我们的模型来达到我们的目的。比如，我们并不假设存在一些参数，比如需求预测或者成本，相反，我们会解释如何在现实中获得这些参数。而且，我们开放性地讨论每一个模型/战略在实施应用中的挑战，从而让学生知道如何将理论应用于实践。

“真正的简单易懂”与“真实的运营管理”同样重要。然而“真正的简单易懂”并不意味着大量的不经严密分析的信口雌黄。本书并不回避挑战，将那些被普遍认为是授课内容极限的东西拿到运营管理的第一堂课上来讲。对我们来说，“真正的简单易懂”是将复杂的分析变得通俗易懂。这对于运营管理来说是至关重要的。我们课程的受众是企业的领导者而不是战略家。因此，我们要求学生能够快速建立起正规的模型，从而有更多的时间来解决更关键的问题，即运营管理如何为企业提供更可持续的竞争优势和/或优质的顾客服务。过分钻研细节、等式和分析，不利于学生获得在他们以后的职业生涯中真正需要的有价值的东西。

那么我们如何实现“真正的简单易懂”呢？首先，我们注意到不是每个学习这门课程的学生都有工科或者数学背景。因此，我们尽可能少地使用数学符号，而是使用许多真实的案例，并且在全书中使用一致的术语。其次，我们的每一个分析都是分层次的。比如，通过清楚的案例来描述每个分析中的每一个小步骤。之后，在“计算步骤”这一专栏中进行总结，在每一章的最后都会简洁地列出一些重要的符号和等式。最后，提供实例来加深理解。然而，实事求是地说，由于定量分析的复杂性，“更简单”可能比“真正的简单易懂”更能准确地描述本书的特点。我们希望学生们能够惊喜地发现他们实际的分析能力超出了自己的预想。

本书的第1版首先用于沃顿商学院2002~2003学年的运营管理核心课程中。在2003~2004学年中，它的第2版广泛应用于并融合到沃顿商学院全日制的12门课程以及EMBA的4门核心课程中。这一版融合了我们在过去两年里接受的沃顿商学院的学生以及其他学院同事的反馈。

虽然本书是为MBA和EMBA学生编写的，但它同样适用于本科生使用。而且，虽然你可能不会在机场的书店里找到这本书（它还没有那么简单），但我们坚信流程分析、供应链管理以及服务运营管理的专家同样可以从本书中受益。

我们在教学中强调质量在运营管理中的作用，因此我们同样非常重视本书的质量。我们不但自己反复检查书中的数字，还发动学生来校对每一个数字。我们致力于发现错误并改正它们，幸运的是，每一章中的错误都很少。我们希望这本书是没有任何错误的，但是，事实上，我们知道一定还存在一些错误。我们欢迎读者提出进一步的改进意见。

致 谢

虽然本书还在进一步的创作和完善中，我们还是要向一些已经为这本书作出贡献的人致谢。

首先我们要感谢 2004 级的 MBA 班级，他们使用了本书的最初版本。我们不可能列出所有为我们提供评论的学生的姓名，但是我们希望列出他们中的一些：Gregory Ames、Maria Herrada-Flores、Justin Knowles、Karissa Kruse、Sandeep Naik、Jeremy Stackowitz、Charlotte Walsh 以及 Thomas (TJ) Zerr，他们牺牲了宝贵的时间加入了我们的团队。2005 级的 MBA 班级使用了完善的版本，但是仍然提出了大量的意见，并指出了仍然存在的排版错误以及其他一些错误。除了沃顿商学院的学生，我们还收到了来自多伦多大学、德州 A&M 大学的学生以及 INSEAD 的学生的反馈意见。

携全体学生，我们向那些协助我们的老师致谢，他们是：Krishnan Anand、Morris Cohen、Marshall Fisher、Serguei Netessine、Kathy Pearson、Stephan Spinler、Anita Tucker、Karl Ulrich 以及 Yu-Sheng Zheng。除了在教学上的建议和质量上的检查外，他们还与我们分享了很多自己的经验。

这本书不是运营管理的第一本教材，当然也不是最后一本。我们希望吸收现有书本的精华，并介绍我们自己的创新点。由 Anupindi 等编写的书籍，以及 Harrison 和 Loch 的文章为本书的编写提供了很大的帮助，是他们的成果发展、形成了本书从第 2 章到第 6 章的关于运营管理中流程的观点。在不与“真实的运营管理，真正的简单易懂”原则发生冲突的基础上，我们根据他们的研究定义术语。本书第 8 章参考了 Chase 和 Aquilano 的著作。

我们还间接或直接地得到了来自其他学校教职员工的帮助。本书第 2 章和第 11 章参考了 Garrett van Ryzin（哥伦比亚大学）及 Xavier de Groote（INSEAD 学院）关于库存的研究。第 13 章的编写始于 Serguei Netessine（沃顿商学院）以及 Rob Shumsky（罗彻斯特大学）关于收入管理的研究。本书的其他章节也参考了 Martin Lariviere（西北大学）、Michael Harrison（斯坦福大学）以及 Christoph Loch（INSEAD 学院）关于流程分析、排队论和库存的观点和文章。Martin，一个优秀的善于

提问者，向我们提出了很多有益的问题。很多人通读全书并提出了一些对细节的建议，包括 Stephen Chick（INSEAD 学院）、Karen Donohue（明尼苏达大学）、Mark Ferguson（乔治亚技术学院）、Matthew KEBLIS（德州 A&M 大学）、Joe Milner（多伦多大学）、Erica Plambeck（斯坦福大学）、Eric Svaan（密歇根大学）、Noel Watson（哈佛大学）以及 Rachel Zhang（康奈尔大学）。

我们的博士生“志愿者”们 Karan Girotra、Marcelo Olivares、Fuqiang Zhang、Ruchika Lal 以及 Bernd Terwiesch 参与了繁杂的校对工作。Greg Neubecker 和 Bethany Schwartz 帮助我们收集并分析数据，他们比我们更快地解决实际问题。由于他们的努力，这本书才能更加清晰。

我们还得到了很多公司的协助。我们多次参观访问他们的团队，只有这样，我们才能够展示出这么丰富的案例，用于解释本书的主要概念。这些公司包括：宾夕法尼亚大学位于费城的医院、特立尼达的 Circored 工厂、新罕布什尔的 Xootr 工厂、威斯康星的 An-ser 呼叫中心、加利福尼亚的 O'Neill 运营小组、明尼苏达 Medtronic 的供应链小组。我们向这些组织中的人们致谢，他们分享自己的观点、倾听我们的看法，并对我们的模型提出挑战性的问题。我们还要特别感谢 Jeff Salomon 及他的团队（Interventional Radiology）——Karl Ulrich（Xootr）、Allan Fromm（An-ser）、Cherry Chu 以及 John Pope（O'Neill）、Frederic Marie 和 John Grossman（Medtronic）。我们特别感谢 Allan Fromm，是因为作为一个呼叫公司的 CEO，他不但为我们提供了他关于服务运营管理的宝贵的观点，还校对了本书的原稿，并解决了其中的实际问题。

我们还要特别感谢我们的朋友、同事及脚踏车伙伴 Karl Ulrich，他参与了本书很多方面的工作，从创意到最后的设计细节，包括封面设计。

我们向为我们提供指导、动力和帮助的 Scott Isenberg、Cynthia Douglas、Colin Kelley 以及麦格劳—希尔出版集团（McGraw Hill）的 Harvey Yep 致谢。

最后，感谢我们的家人，虽然他们中的一些人不会对本书作出评论，但是他们履行了家人的义务——热烈的笑容。



书系代码	书 名	作 者	定 价
经营管理			
BM001	《并购成长》(Digital Deals)	Geis	29.80
BM002	《绩效! 绩效!》(企业培训版) (Coaching for Improved Performance)	Fournie	39.80
BM003	《质量无泪》(Quality Without Tears)	Crosby	39.80
BM004	《海阔天空——我在 DELL 的岁月》	方国健	20.00
BM005	《心时代——一个情感化的世界及其经济图景》	曹世潮	20.00
BM006	《情境领导者》(The Situational Leader)	保罗·赫塞	18.00
BM007	《EMBA 销售管理》(Sales Management)	Calvin	45.00
BM008	《EMBA 财务管理》 (Finance and Accounting for Non-financing Managers)	Weston	49.80
BM009	《EMBA 兼并与收购》(Mergers and Acquisitions)	Weston	38.00
BM010	《EMBA 公司战略》(Corporate Strategy)	Colley	39.80
BM011	《EMBA 创业管理》(Entrepreneurial Management)	Calvin	49.80
BM012	《EMBA 领导艺术》(Managerial Leadership)	Topping	35.00
BM013	《EMBA 战略营销管理》 (Strategic Marketing Management)	Parry	42.00
BM014	《EMBA 公司治理》(Corporate Governance)	Colley 等	49.80
BM015	《六西格玛是什么》(What is Six Sigma)	Pande	15.00
BM016	《六西格玛基础教材》(The Six Sigma Basic Training Kit)	Juran	80.00
BM017	《六西格玛团队实战手册》 (The Six Sigma Way Team Fieldbook)	Pande, Neuman, Cavanagh	49.80
BM018	《六西格玛团队怎么做》(Six Sigma Team Pocket Guide)	Federico	16.00
BM019	《杰克·韦尔奇领导艺术词典》 (Jack Welch Lexicon of Leadership)	Krames	32.00
BM020	《杰克·韦尔奇的 29 个领导秘诀》 (29 Leadership Secrets from Jack Welch)	Slater	29.80
BM021	《通用电气“群策群力”》(GE Work - Out)	Ulrich, Kerr, Ashkenas	39.80
BM022	《顶峰——如何成为最赚钱的咨询顾问》 (Million Dollar Consulting)	Weiss	48.00
BM023	《战略计划实务》(Applied Strategic Planning)	Goodstein 等	48.00
BM024	《平衡计分卡实用指南》(Balanced Scorecard)	Paul Niven	49.80

书系代码	书 名	作 者	定 价
BM025	《战略物流管理》(Strategic Logistic Management)	Stock	80.00
BM026	《整合——企业并购成功之道》(M&A Integration)	Schweiger	39.80
BM027	《战略领导》(The Art and Discipline of Strategic Leadership)	Freedman	32.00
BM028	《经理薪酬完全手册》 (The Complete Guide to Executive Compensation)	Bruce R. Ellig	65.00
BM029	《突破困境的领导艺术》(Leadership When the Heat's On)	Cox, Hoover	39.80
BM030	《朱兰自传》(Architect of Quality)	Juran	50.00
BM031	《卓越领导》(The Extraordinary Leader)	Zenger 等	39.80
BM032	《精益六西格玛案例》(Learning into Six Sigma)	Wheat 等	18.00
BM033	《领袖魅力》(Executive Charisma)	Benton	39.80
BM034	《西南航空案例》(The Southwest Airlines Way)	Gittell	49.80
BM035	《危机领导》(Leader Shock)	Hicks	29.80
BM036	《应变》(Agile Business for Fragile Times)	麦卡锡 等	35.00
BM037	《绩效导向的领导》(Results-Based Leadership)	Ulrich 等	49.80
BM038	《企业沟通的威力》(The Power of Corporate Communication)	Argenti 等	39.80
BM039	《贯彻执行 现在就做》(Why Can't We Get Anything Done Around Here?)	李夫顿 等	20.00
BM040	《高效能团队领导智慧》(Leadership Lessons of The Navy Seals)	坎农 等	39.80
BM041	《竞争性销售》(Hope is not a Strategy)	佩吉	39.80
BM042	《丰田汽车案例》(The Toyota Way)	莱克	49.80
BM043	《风险管理》(Risk Management)	科罗赫 等	80.00
BM044	《团队工作》(The Work of Teams)	卡岑巴赫	39.80
BM045	《通用电气案例》(GE Work-out)	Ulrich 等	49.80
BM046	《质量无泪》(修订版)	Crosby	39.80
BM047	《绩效改进 19 讲》(201 Ways to Turn any Employee Into a Star Performer)	霍利	29.80
BM048	《人性管理》(The Uncertain Art of Management)	奥斯曼	39.80
BM049	《透明管理》(The Transparency Edge)	佩格诺	29.80
BM050	《成本改进 181 法》(A Manager's Guide to Creative Cost Cutting)	大卫·杨	29.80
BM051	《直觉》(The Art of What Works)	杜根	39.80
BM052	《劣势者的优势》(The Underdog Advantage)	莫里	39.80
BM053	《精益六西格玛服务》(Lean Six Sigma for Service)	乔治	55.00

书系代码	书 名	作 者	定 价
BM054	《活学活用博弈论》(Game Theory At Work)	米勒	39.80
BM055	《巅峰绩效》(Peak Performance)	卡岑巴赫	39.80
经济学			
E-001	《中国经济》(Chinese Economy)	蔡昉,林毅夫	39.80
E-002	《宏观经济学》(Macroeconomics)	Dornbusch	60.00
E-003	《经济学》(Economics)	McConnell, Brue	79.00
E-004	《微观经济学》(Microeconomics and Behavior)	Frank	65.00
E-005	《环境经济学》(Introduction to Environmental Economics)	Field 等	50.00
管理学			
MT001	《战略物流管理》(Strategic Logistic Management)	Stock	80.00
MT002	《物流战略咨询》(Supply Chain Strategy)	Frazelle	49.80
MT003	《组织人员配置》(Staffing Organization)	Heneman, Judge	
MT004	《战略管理》(Strategic Management)	Dess 等	40.00
MT005	《数据模型与决策:运用电子表格建模与案例研究》(第1版) (Introduction to Management Science)	Hillier 等	75.00
MT006	《数据模型与决策:运用电子表格建模与案例研究》(第2版) (Introduction to Management Science)	Hillier 等	75.00
MT007	《电子商务导论》(Introduction to E-Commerce)	雷波特 等	58.00
MT008	《供应链设计与管理》(Designing and Managing The Supply Chain)	辛奇—利维 等	40.00
MT09	《管理学基础》(Management)	克尼基 等	48.00
MT010	《定价》(Pricing)	门罗	65.00
MT011	《精通战略》(Mastering Strategy)	雷格斯比 等	39.80
MT012	《战略采购管理》(Harnessing Value in the Supply Chain)	班菲尔德	39.80
MT013	《逆向管理》(Don't Oil the Squeaky Wheel)	Rinke	39.80
MT014	《跨国管理》(Transnational Management)	Bartlett 等	79.80
MT015	《运营管理》(Matching Supply with Demand)	Cachon 等	50.00
营销管理			
MM001	《定位》(Positioning)	Ries & Trout	39.80
MM002	《营销战》(修订版)(Marketing Warfare)	Ries & Trout	39.80
MM003	《营销革命》(Bottom-up Marketing)	Ries & Trout	39.80
MM004	《新定位》(The New Positioning)	Trout	39.80
MM005	《颠覆广告》(Disruption)	让—马贺·杜瑞	40.00
MM006	《创意的竞赛》(Which Ad Pulled Best?)	Purvis	39.80
MM007	《广告文案名人堂》(The Art of Writing Advertising)	Higgins	29.80
MM008	《产品经理的第一本书》 (The Product Manager's Handbook)	Gorchels	39.80

书系代码	书 名	作 者	定 价
MM009	《全球整合营销传播》(Communicating Globally)	舒尔茨	39.80
MM010	《整合营销传播:利用广告和促销建树品牌》(IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands)	Duncan	298.00
MM011	《市场战略》(The Market Makers)	Spulber	48.00
MM012	《全球营销》(Global Marketing)	乔尼·约翰逊	60.00
MM013	《网络营销》(Internet Marketing)	默罕默德 等	65.00
MM014	《产品经理的第二本书》 (The Product Manager's Field Guide)	Linda Gorchels	39.80
MM015	《营销学基础》(Essentials of Marketing)	佩罗特,麦卡锡	60.00
MM016	《文案发烧》("Hey, Whipple, Squeeze This.": A Guide to Creating Great Ads)	苏立文	39.80
MM017	《小鱼吃大鱼》(Eating the Big Fish)	摩根	45.00
MM018	《什么是战略》(Trout On Strategy)	特劳特	29.80
MM019	《整合营销传播:创造企业价值的五大关键步骤》(IMC: the Next Generation)	唐·舒尔茨 等	39.80
MM020	《促销管理的第一本书》	Schultz	39.80
MM021	《广告箴言》(And Now a Few Words From Me)	加菲尔德	29.80
MM022	《营销计划手册》(The Successful Marketing Plan)	赫宾 等	68.00
MM023	《渠道管理的第一本书》(The Manager's Guide to Distribution Channels)	哥乔斯 等	35.00
MM024	《项目管理的第一本书》(The McGraw-Hill 36 - Hour Project Management)	库克,塔特	
MM025	《细读杰克·韦尔奇》	Krame, Slater	39.80
销售管理			
SM001	《成功销售管理的7大秘诀》(7 Secrets to Successful Sales Management)	Wilner	39.80
SM002	《电话行销,轻松成交》	姚能笔	39.80
SM003	《摸透顾客心》(Ten Demandments)	Mooney Bergheim	39.80
SM004	《练就铁齿铜牙》 (Secrets of Power Persuasion for Salespeople)	Dawson	39.80
SM005	《轻松收款》(Collections Made Easy)	卡罗尔	39.80
SM006	《打倒墨菲定律 挽救我的销售》 (Beating the Deal Killers)	Giglio	39.80
SM007	《增加销售的12种核心技术》(Beyond E)	Diorio	39.80
SM008	《销售管理》(Sales Force Management)	Johnston 等	49.00
SM009	《汽车销售的第一本书》	孙路弘	39.80

书系代码	书 名	作 者	定 价
SM010	《终极销售力》(Ultimate Selling Power)	莫伊, 洛伊德	39.80
SM011	《顶尖销售的 25 堂课》 (Secrets of Top Performing Salespeople)	乔诺 等	29.80
SM012	《引爆销售的 10 大黄金法则》	Desena	39.80
SM013	《再造销售奇迹》	Eades	39.80
SM014	《攻心式销售》	Bosworth	24.80
SM015	《百万销售师》	Gardner	24.50
SM016	《成交》	Victor	29.80
职场发展			
CD001	《外企面试宝典》(More Best Answers to the 201 Most Frequently Asked Interview Questions)	DeLuca	25.00
CD002	《人才心理测评》(Psychological Testing at Work)	Hoffman	25.00
CD003	《演讲的艺术》(Strictly Speaking)	Buckley	29.80
CD004	《五大会计师行》	周年洋 等	24.80
CD005	《职业经理自修手册》 (The Manager's Self-development Guide)	Pedler	35.00
CD006	《关键对话》(Crucial Conversations)	Patterson 等	29.80
CD007	《静思录》(Finding Your Strength in Difficult Times)	David Viscott	19.80
CD008	《商务英语书信写作精益求精篇》	康宁汉 等	29.80
CD009	《商务人士日常书信写作》(Great Personal Letters for Busy People)	布赫	48.00
CD010	《销售信函》(Sales Letters Ready to Go)	贝塞尔 等	32.00
CD011	《商务信函》(Business Letters Ready to Go)	Bayse	39.80
CD012	《我爱笨老板》(How to Work for an Idiot)	胡佛	29.80
CD013	《实用英语动词短语》(Basic Phrasal Verbs)	斯皮尔斯	35.00
CD014	《赛马》(Horse Sense)	里斯, 特劳特	29.80
CD015	《报刊装帧设计手册》(The Newspaper Designer's Handbook)	哈洛维	128.00
CD016	《君子善言》(Speak Like a CEO)	贝茨	32.00
投资理财			
IF001	《投资艺术》(Winning the Loser's Game)	Ellis	19.80
IF002	《向格雷厄姆学思考, 向巴菲特学投资》(How to Think Like Benjamin Graham and Invest Like Warren Buffett)	Cunningham	39.80
IF003	《巴菲特怎样选择成长股》 (How to Pick Stocks Like Warren Buffett)	Vick	29.80