红海战略和蓝海战略

W.钱·金和勒妮·莫博涅从蓝海的定义说起，向我们展开了从如何创造蓝海、如何制定蓝海战略到如何高效执行的讨论。本书共分为三个部分：蓝海战略、制定蓝海战略和执行蓝海战略。作者认为我们的市场应该由两种海洋组成，红色海洋和蓝色海洋。简称红海和蓝海

红海代表现今存在的所有产业，这是我们已知的市场空间；蓝海则代表当今还不存在的产业，这就是未知的市场空间。在红海中，每个产业的界限已被划定并为人们所接受，竞争规则也已为人们所知。在这里，企业试图击败对手，以攫取更大的市场份额，随着市场越来越拥挤，利润和增长的前途也就越来越黯淡，产品成了货品。残酷的竞争也让红海变得越发鲜血淋漓，与之相对，蓝海代表着亟待开发的市场空间。代表着创造新需求，代表着高利润增长的机会，在蓝海中，竞争无从谈起，因为游戏规则还未制定。

寻找蓝海并不容易，价值创新是蓝海战略的基石。作者在书中多次强调“摆脱竞争”，避开竞争陷阱。我们把过多的精力放在无为的竞争上，尤其在饱和市场，投入了大量资源，却只带来微小的利润。于社会总财富的增长而言，并无多少助益。