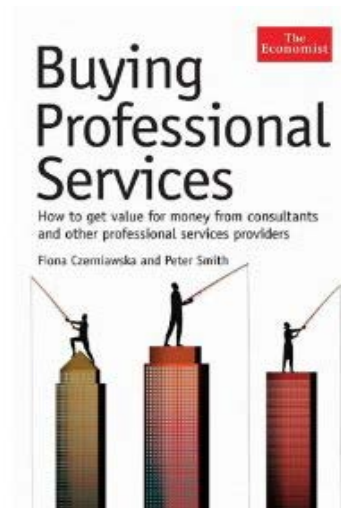
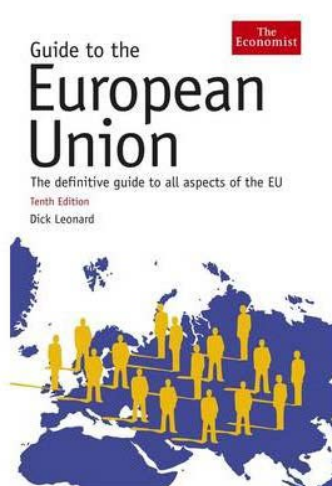
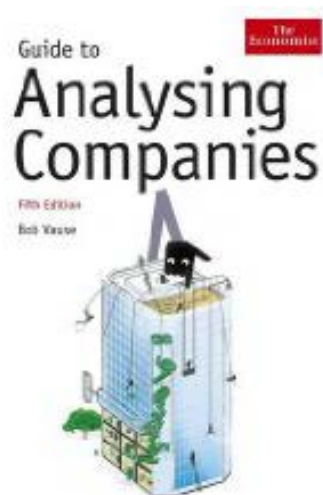


ANDREW NURNBERG ASSOCIATES INTERNATIONAL Ltd.

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司

The
Economist

《经济学人》丛书
The Economist Series



请将回馈信息发至：黄家坤女士

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

北京市海淀区中关村大街甲 59 号中国人民大学文化大厦 1705 室，邮编：100872

电话：010-82504106

传真：010-82504200

Email: JHuang@nurnberg.com.cn

Http://www.nurnberg.com.cn

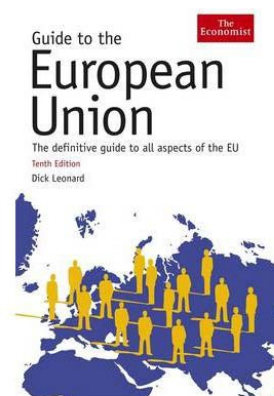
微博：<http://weibo.com/nurnberg>

豆瓣小站：<http://site.douban.com/110577/>

微信订阅号：ANABJ2002



中文书名:《欧盟指南》
英文书名: **Guide to the European Union**
作 者: **Dick Leonard**
出 版 社: **Profile Books Ltd**
代理公司: **ANA**
页 数: **342**
出版时间: **2010 年**
代理地区: 中国大陆、台湾
审读资料: 样书
类 型: 经管



内容简介:

这是《欧盟指南》(Guide to the European Union)的第十版。欧盟从最初的六名成员(在 1957 年成立的欧洲经济共同体),发展到 2007 年已经有了 27 个成员国,并且还有更多的候选国正在等待加入欧盟。这本久负盛名的《欧盟指南》为您全面详尽地介绍欧盟是怎样运作:

- 机构、机制
- 从农业到工人权利,欧盟在每个领域的权利
- 统一市场的影响、统一货币的成功、以及欧元所面临的压力。
- 里斯本条约的影响力
- 欧盟扩大的影响和进一步扩大的前景,以及更紧密的政治一体化

《欧盟指南》作为一本介绍欧盟运作最清晰、最全面的指南,在读者中有着良好的口碑。随着 2009 年议会选举和新委员会的上任,欧盟进入了发展的关键阶段,最新版的《欧盟指南》会给你带来这一关键时期的新信息。

作者简介:

迪克·伦纳德(Dick Leonard)是位于布鲁塞尔的欧盟政策研究中心高级顾问。前罗姆福德下院议员,曾任《经济学人》副编辑,之后成为《经济学人》和《观察家报》常驻布鲁塞尔记者。他是 12 本书的作者或合著者,同时也是欧洲事务的顾问。迪克最近完成了关于英国首相的三部曲:《一个世纪的首相:从索尔兹伯里到布莱尔》(2005),《19 世纪的英国首相:皮特到罗斯伯里》(2008),以及《18 世纪的英国首相:沃波尔到杨格·皮特》(2010)。



中文书名：《经济学人之组织文化：构建正确的组织文化》

英文书名： *The Economist: Organisation Culture: Getting it right*

作 者：Naomi Stanford

出 版 社：Profile Books

代理公司：ANA

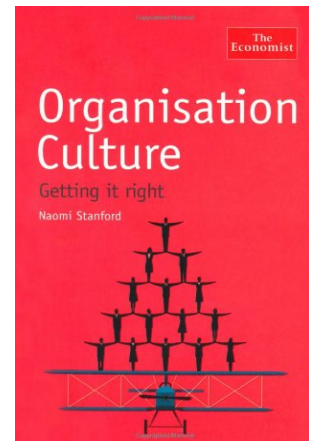
页 数：240 页

出版时间：2010 年 7 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类 型：经管



内容简介：

一个组织的文化要么令其占据优势，要么令其处于劣势。在决定一家企业是否成功以及有多少人愿意为其效力时，组织文化是一个至关重要的问题。这就是为什么管理者会越来越重视构建正确的组织文化。本书为希望做到以下事务的管理者们提供了一份路线图：

- ◆ 抓住组织文化之所以重要的原因及其对成功的影响。
- ◆ 理解、定义、测评自己的组织文化。
- ◆ 定位自身的组织文化：调整令其适应商业战略。
- ◆ 避免“文化变革”项目中常见的错误。
- ◆ 令自己的组织文化保持动态、积极响应、充满应变力。

本书不仅充满了很多来自现实生活的例子（如宜家、通用电气、微软、Google、eBay、麦当劳、宝洁、联合利华、沃尔玛和特斯科等公司），而且包括了一系列广泛的实际练习，这将帮助管理者们分析自己公司的组织文化，令其成为企业获得成功的推动力。

作者简介：

娜奥米·斯坦福（Naomi Stanford）在组织设计和文化变革领域工作了二十余年，最早为英国、近来为美国的顶尖企业和咨询公司工作，目前她住在美国。在组织设计领域，她写过很多文章，出版过两本著作，包括 *The Economist Guide to Organisation Design*。



中文书名：《营销基本指南》

英文书名：Marketing

作者：Patrick Forsyth

出版社：Profile

代理公司：ANA

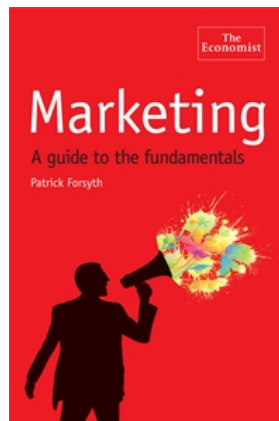
页数：230 页

出版时间：2009 年

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

虽然如今的公司越来越以销售为中心进行发展，而且事实也清晰地显示销售比“销售部”更重要，但是销售也是商业领域中最容易让人误解的领域之一。

美国销售学专家菲利普·科特勒（Philip Kotler）将销售定义为“一种商业功能，且这种功能可以识别当前未得到满足的需求，描述测量这些需求的重要程度，对公司所服务的目标市场加以定位，以及根据目标市场来确定最适宜的产品，服务和营销计划。因此，营销是用于连接社会需求和工业产品之间的桥梁。已故的知名管理学大师彼得·德鲁克（Peter Drucker）更愿意对销售进行言简意赅地定义，他认为“营销就是从客户的角度来看待企业。”

这本有关营销的指南准确地阐述了销售是什么，以及如何运作。同时本书也解释了销售所涉及的技术细节。对于任何想了解营销知识的方方面面的人来说，比如价格政策所涉及的诸因素，市场调研的各种方法，甚至整个企业的市场营销，这本指南都将是弥足珍贵的。

作者简介：

帕特里克·福赛思（Patrick Forsyth）是专门研究市场学、销售、沟通以及管理技巧等方面的顾问。同时，他也是众多相关领域著作的作者。



中文书名:《有效培训》

英文书名: *Coaching and Mentoring*

作者: Jane Renton

出版社: Profile

代理公司: ANA

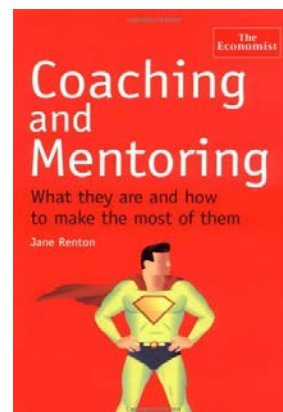
页数: 256 页

出版时间: 2009 年

代理地区: 中国大陆、台湾

审读资料: 电子稿

类型: 经管



内容简介:

根据《哈佛商业评论》统计,在美国,最杰出的培训师一天能赚超过 15,000 美元的酬劳,而美国公司每年花在培训与指导这类“必要”活动上的费用更是远超过 10.5 亿美元。而在英国,随着高级管理者数量的日益增多,据估计,CEO 中大约有 40%的人正接受培训。本书以一种生动而脍炙人口的写作风格描述了什么是培训和指导,概述了基本培训的不同原则和影响培训的人。利用培训师和那些曾被培训过或负责雇佣培训师的人的经验,可以估计出培训与指导的有效性。而且,这些经验可以提供有关如何选择培训师,如何成功开展培训工作的,以及如何避免易引发沮丧甚至伤害的误会。

简·拉顿(Jane Renton)曾在 BBC 二台《财富》栏目担任过节目主持人。目前,她主要向高级主管和其他公众人物讲授公共演讲和媒介宣传技巧。她也为许多出版物和组织撰写有关商业和金融方面的文章,其中就包括《经济学人智库》(the Economist Intelligence Unit)。

作者简介:

简·拉顿(Jane Renton)是 BBC 广播公司《财富》栏目的前主持人。目前,她主要向高级主管和其他公众人物讲授公共演讲和媒介宣传技巧,尤其是危机管理方面的知识。她也为许多出版物和组织撰写有关商业和金融方面的文章,其中就包括《经济学人智库》(the Economist Intelligence Unit)。



中文书名：《如何选择“物有所值”的专业服务》

英文书名： *Buying Professional Services:*

*How to get value for money from consultants
and other professional services providers*

作 者： Fiona Czerniawska, Peter Smith

出 版 社： Economist Books

代理公司： ANA

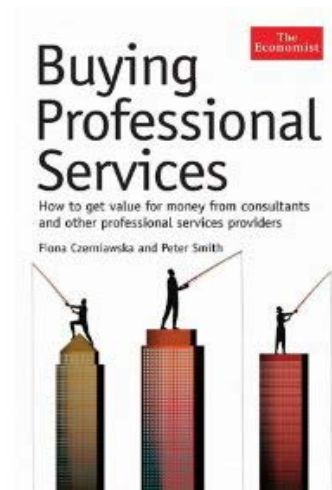
页 数： 256 页

出版时间： 2010 年 1 月

代理地区： 中国大陆、台湾

审读资料： 电子稿

类 型： 经管



内容简介：

作者撰写本书是基于四大前提：

- 政府部门与私营机构花费大笔钞票购买专业服务，但其中大多数都做得很糟糕。由于缺乏有效的采购流程或者对市场的了解不够，它们往往既浪费了金钱，又没有取得满意的结果。

- 在那些拥有正式采购流程的机构中，许多都没有恰当地运用流程，以至于取得的效果不佳。

- 许多专业服务公司并不了解的是，采购流程的专业性正日益影响他们的商业模式、客户管理和最终盈利。

- 专业服务供应商与客户往往不懂得协作，导致双方都丧失了潜在的利益。

几乎所有优秀的公司都使用咨询顾问，公共部门也正在逐渐地使用咨询顾问来帮助它们提供公共服务。3/4 的咨询工作是为那些已经与咨询公司建立了关系的客户服务的。

然而，过去十年来，企业咨询行业发生的变化远远超出人们的认识。外包和离岸的广泛开展，专业采购部门日益增多，权变酬金的更广泛使用，以及边际收益的缩减，这些结合起来惊人地重塑了咨询顾问的工作环境。

本书采用了大量来自私营机构、政府部门和专业服务公司的实际案例，针对专业服务采购领域进行了深入的探索。

本书瞄准的读者群相当广泛，包括所有使用、提供专业服务的公司和机构。作者出手不凡，向读者们展示了如何更有效地合作、如何实现互利互惠。



作者简介:



菲奥娜·切尔尼亚夫斯卡 (Fiona Czerniawska), Arkimeda 公司的创始人兼总经理。

菲奥娜所在的 Arkimeda 公司是一家专注于咨询业中战略问题的研究和咨询公司。此前,她做了 15 年以上的管理咨询顾问,主要在普华永道公司的营销和战略部门工作。

从牛津大学毕业后,她获得了伦敦大学的博士学位以及金斯顿 (Kingston) 商学院的 MBA 学位。

目前,她在金斯敦商学院 (Kingston Business School) 讲授管理咨询学课程,同时还是伦敦商学院 (London Business School) 管理发展中心的项目负责人。

她是英国管理咨询协会智囊团理事,国际咨询业资深评论员,著有多本关于咨询的书籍和出版物。

她的作品包括《管理咨询:下一个是什么》(Management Consultancy: What Next?)、《基于价值的咨询》(Value-Based Consulting)、《聪明的客户》(Intelligent Client) 与《管理咨询实践》(Management Consulting in Practice) 等。

她的著名作品《企业咨询》探讨了咨询的新模式,考察了组织为什么要使用咨询顾问,咨询公司是如何竞争的,以及咨询顾问是做什么的。

该书可以帮助公司多角度、大范围地观察和分析自身的能力以及不足,培育核心竞争力,也为企业如何选择咨询公司和如何与咨询公司合作提供了有益的借鉴。

由她编写的《双赢咨询——英国管理咨询协会获奖案例研究》则展示了顶级咨询公司如何与其客户通力合作,取得卓越成就的过程。其中的案例无一不是双赢的典范,是咨询公司学习的楷模。

彼得·史密斯 (Peter Smith), 采购与供应链问题专家,精英专业咨询公司董事。他曾为财政部、国防部等英国政府部门,以及巴克莱银行、路透社等国际机构提供咨询服务。

在进入咨询顾问行业之前,彼得担任过英国社会保障部和西敏寺集团的采购总监,也曾任邓氏、玛氏集团担任高管职位。他就读于英国剑桥大学数学系,一度担任采购与供应学会主席。



中文书名：《企业战略指南》

英文书名：BUSINESS STRATEGY: A GUIDE TO
TAKING YOUR BUSINESS FORWARD (2nd Edition)

作 者：Jeremy Kourdi

出 版 社：Profile

代理公司：ANA

页 数：240 页

出版时间：2009

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类 型：经管



内容简介：

我们需要一种宽泛的视野去通盘考虑一家企业的整体战略，然而事实上，在企业制定战略过程中，处于不同岗位的人都会去出谋划策，这让企业战略迷失在了只言片语之中，失去了战略本身具有的长远作用。

企业的未来经常在这些决策中徘徊，我们无法了解到这些战略会取得怎样的效果，我们甚至不清楚这些战略是否会成功。然而企业的历史是充满各种各样战略决策的历史，这些战略有大有小，不过无一例外，它们都无法取得让人满意的效果。本书将会为读者展现战略决策的全过程：包括左右战略决策的种种力量，决策者面临的各种陷阱，以及进行理性决策所需要付出的时间与代价；我们还可以了解到曾经让经理人进行成功决策的分析技术，以及每次决策之时需要特别注意的几个问题。

书中有企业需要面对的各种战略决策，有用的分析技术，这些都可以让你做出最佳的选择。

作者简介：

Jeremy Kourdi 是一名咨询专家，同时还著有七本商业书籍。他曾在 The Economist Group, Pearson (国际著名的传媒集团), IMD (坐落于瑞士的著名的、商学院), London Business School (伦敦商学院) and the UK Institute of Management (大不列颠管理研究院)



中文书名：《对冲基金指南：对冲基金的概念，用处，风险及优势》

英文书名： *Guide to Hedge Funds: What They Are,
What They Do, Their Risks, Their Advantages*

作 者： Philip Coggan

出 版 社： Profile

代理公司： ANA

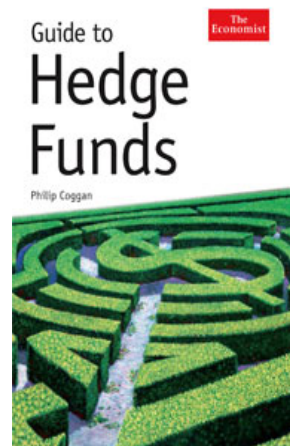
页 数： 192 页

出版时间： 2008 年

代理地区： 中国大陆、台湾

审读资料： 电子稿

类 型： 经管



内容简介：

对冲基金在当前的金融体系中十分重要，其影响是非常广泛的。如果了解金融体系是如何运作的，首先必须要了解对冲基金在其中的作用。

90 年代，对冲基金管理着 390 亿的资产。而到了 2006 年末，这个数字已增长到 1.3 万亿。这种增长是非常令人震惊的。同样令人惊愕的是那些成功的基金管理人们所赚到的可观的资金数额。2006 年，25 位顶级的管理者总共赚取了 140 亿，仅他们中的前三强，每位就赚取了 10 多亿。

有不少人听说过“对冲基金”这个词，但却没有多少人真正知道对冲基金到底是什么，做什么用。而这本指南展现了《The Economist》的独特风格，以清晰的条理，生动的描写使将书中内容朗朗易懂。本书为那些想要了解但还不了解对冲基金的人士提供了一份关于业界的简明清晰的调查，针对的人群是所有渴望以及必须与对冲基金打交道的人，其中包括：私人投资者，抚恤金托管人，上市公司董事，律师以及有志于从事此行业的财会工作者。本书还适合那些虽不了解对冲基金，却喜欢批评，评论它的人。

作者简介：

Philip Coggan (菲利普·科根) 为《经济学家》写关于金融市场方面的文章，是《金融时报》投资编辑，已有 20 多年行业经验. Philip Coggan 的作品包括：《赚钱的机器：全民理财，轻松赚钱》。



媒体评价：

“如果没有读过这本书，不论是谁，包括投资者，投资公司，受托人，席间谈话中的健谈者，他们都无法就对冲基金作出任何评价。”

-- Elroy Dimson, 伦敦商学院, BGI 投资管理教授

“Philip Coggan 用清晰的思路，顺畅的文笔，简明的论述让我们更好，更透彻地理解对冲基金”。

--Rob Arnott, Research Affiliates 的董事长，

Financial Analysts Journal (《金融分析师杂志》) 的名誉编辑

中文书名：《成长管理指南》

英文书名：Guide to Managing Growth

作者：Rupert Merson

出版社：Profile

代理公司：ANA

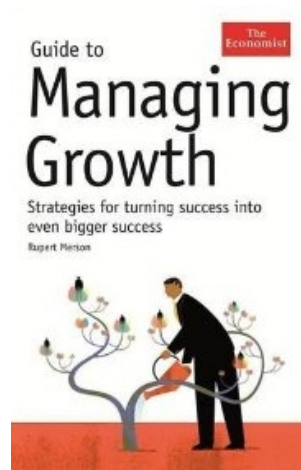
页数：256 页

出版时间：2011 年 8 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

这是一部讲述在建立一个不断成长、不断进步的企业中，要去克服的挑战和要去遵循的规则的指导书籍。

在今天这个竞争不断激烈的市场上，有效应对一个成长中企业所提过的所有要求，不管这个企业是大是小，都是一件非常挑战的事情。成功的成长要求对于组织结构和系统的稳定性的特别关注；以及对于一个企业内部不同部门间增长速度不同的协调。《成长管理指南》是目前为止唯一一部详尽描述如何去解决这些挑战的指南，能够帮助企业领导者们以更有效、更成功的方式来带领企业成长。

- 由伦敦商学院鲁波特·梅尔森（Rupert Merson）撰写
- 业务的增长需要职能而且敏感的管理
- 适用于所有类型的企业：初创型或是稳定型；小规模到巨无霸
- 详尽探讨了成长可能给企业各个层面带来的变化：人员管理、市场、客户管理、财务管理、组织结构设计、绩效管理和考核等



《成长管理指南》没有任何复杂的术语，却是简明扼要地直达要点；它探究了成长的不同方面，同时为企业的规划了相应的策略和战术，帮助企业解决它们所面临的问题，向着一个更美好的未来而快速成长。

作者简介：

鲁波特·梅尔森（Rupert Merson）在伦敦商学院讲授新兴企业发展和成长管理。他曾任世界第五大会计师事务所英国的 BDO Stoy Hayward 的合伙人，在世界各地为企业提供服务；现在他自己创建了自己的咨询公司，为企业提供成长管理的咨询服务。他最近的一本关于企业政策的书是《仅有规则并不足够》（*Rules are Not Enough*）。

中文书名：《现金管理指南》

英文书名： *Guide to Cash Management:*

How to Avoid a Business Credit Crunch

作 者： John Tennent

出 版 社： Profile

代理公司： ANA

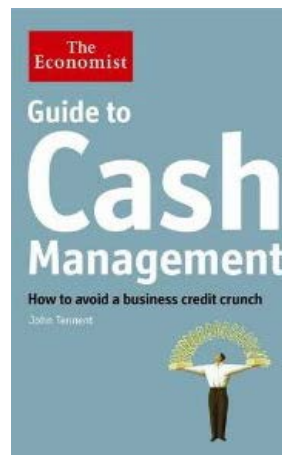
页 数： 272 页

出版时间： 2012 年

代理地区： 中国大陆、台湾

审读资料： 电子稿

类 型： 经管



内容简介：

对于任何想要避免信贷危机的企业，本指南价值无可估量。

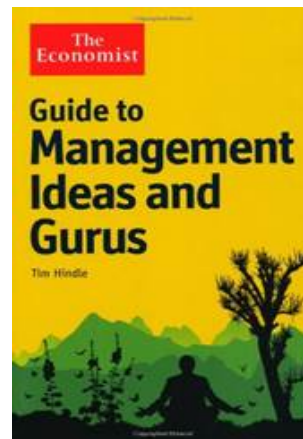
信贷危机突显了企业现金管理的重要性，信贷危机的时候，那些缺乏足够现金的企业，会发现他们没办法增加借贷，其中的部分只能破产。本指南紧紧围绕现金和现金流有效管理的六个关键方面进行了清晰的解释。包括：估算未来现金收支、建立必要的涵盖资产购买和周转资金的融资渠道、有效管理有关日常所需的资金、选择能获得正向现金流的合适投资机会、监控产品和服务的盈利率保证现金生成而非消耗、计划管理多余现金。现金流而非利润，对一个企业的存亡起着决定性作用，因此对于任何想要避免信贷危机的企业，本指南价值无可估量。

作者简介：

约翰·谭楠（John Tennent），注册会计师，经营一家名为优势公司（Corporate Edge）的咨询培训公司。他著有《财务管理指南》（*The Economist Guide to Financial Management*）一书，并合著了《商业建模指南》一书。



中文书名:《经济学人指南:管理理念与大师》
英文书名: *The Economist Guide to Management Ideas and Gurus*
作 者: Tim Hindle
出 版 社: Profile Books
代理公司: ANA
页 数: 336 页
出版时间: 2012 年 4 月
代理地区: 中国大陆、台湾
审读资料: 电子稿
类 型: 经管



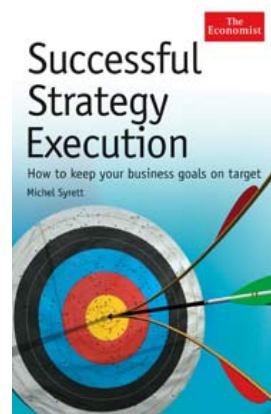
内容简介:

这部指南深具洞察力,其精装版在全球广受欢迎,在过去的百年中,书中最有效的想法曾影响过商业管理领域。不仅如此,本书还包括了过去和现在最具影响力的商业思想家的条目。想法方面的条目有:活跃的惯性;颠覆性技术;现地现物确认(日本人称之为“自己去看看”);晕轮效应;长尾理论;帕累托原则;六标准差;特殊团队;SWOT 分析法;见微知著;引爆点;三重底线。

作者简介:

蒂姆·辛德(Tim Hindle)在管理与商业领域出版过一些畅销书。他做过《经济学人》商业与管理版的编辑,创办了《欧洲商业》。目前,他也是 *Director* 杂志的编辑。

中文书名:《成功的执行战略:如何保证企业顺利达到目标》
英文书名: *Successful Strategy Execution: How to keep your business goals on target*
作 者: Michel Syrett
出 版 社: Profile
代理公司: ANA
页 数: 256 页
出版时间: 2007 年
代理地区: 中国大陆、台湾
审读资料: 电子稿
类 型: 经管





内容简介:

《经济学家》系列丛书阐释了企业该如何成功有效地实施相应战略,从而实现企业目标。Syrett 在本书中向管理者们阐明了如何通过加强沟通,运用各种资源和信息以及强调责任和义务来缩小进而弥合从战略到绩效上的差距。

就是这种战略到绩效上的差距使公司的业绩总是无法达到预期目标。为企业制定那些不切实际的计划,生成期望值,而这些计划无法得以实行。而本书恰恰讲述了应如何克服这些通病及弱点,从而使企业有效地执行相应战略。

书中指明常见的通病有:

- 很少有公司能够根据已制定的长期计划对企业的表现和业绩进行监控,检验。而能够做到定期监控核查,比对业绩,并能够用企业当前取得的成果与根据以往的战略成果预计出的业绩进行比较的公司的比率不足 15%。
- 通常无法达到预期的成果---各企业在监控企业的业绩时,极少能够将当前所取得的成果与之前所预期的成果进行比较。结果,每一年企业的实际表现都不如预期所想,其业绩也无法达到原定计划的预期效果。
- 在意思转达过程中,很多重要的意思未被有效地传达。例如,沟通的匮乏,资源的误用,有限的责任和义务以及各种消息的欠缺,这些都会使企业的内部产生从战略到绩效上的差距。

作者简介:

Michel Syrett, 著名作家,演讲家,管理方面的顾问。他同 Jean Lammiman 一起,在 Roffey Park Management Institute (罗菲帕克管理学会) 创办了 Innovation in Organizations (企业革新) 项目。他就管理方面的知识写了大量的文章,定期向各大报纸和杂志投稿以及发表。Syrett 也会到访在 Cranfield School of Management (克兰菲尔德管理学院) 和香港大学的同僚。

中文书名:《经济学人数据指南:业务计算概要》(第六版)

英文书名: *The Economist Numbers Guide (6th Ed): The Essentials of Business Numeracy*

作 者: The Economist

出 版 社: Profile Books

代理公司: ANA

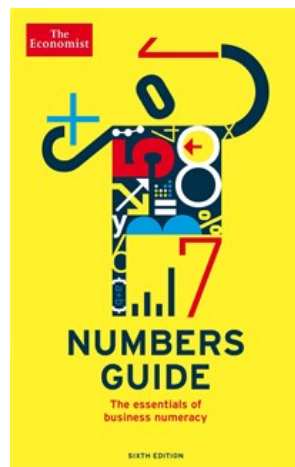
页 数: 272 页

出版时间: 2014 年 1 月

代理地区: 中国大陆、台湾

审读资料: 电子稿

类 型: 经管





主旨：

如何提升你的数学头脑：掌握每个有抱负的经理都需要知道的概念与技术。

卖点：

- ◆ 目前这个第六版已经销出超过 150000 本
- ◆ 基本参考：每一位经理都需要掌握公司的数据
- ◆ 简单、可访问：《经济学人》至为著名，所有的解释都清晰可辨

内容简介：

如何提升你的数学头脑：掌握每个有抱负的经理都需要知道的概念与技术。

《经济学人风格指南》是最为畅销的写作风格指南，作为它的伴生出版物，对每一位本书需要进行数据处理工作的人（在当下这个注重商业的世界中，指大多数管理者）而言，本书都是非常宝贵的。

除了关于基本计算能力的一般性建议外，本书还指出了常见的错误，解释了解决经济困境、分析各类信息、预测与进行有效决策的公认技巧。书中有百余张图表、表格和突出了要点的功能框，以及当你在期望进行有效且坦诚数据信息呈现和交流时所需要的全部重要方面。书末有一份依照字母顺序排列的术语表，涵盖了从“分期偿还（amortisation）”到“零和博弈（zero-sum game）”之间的全部概念。

无论你从事哪个行业，无论你的管理角色是什么，对任何一个需要数学头脑的人而言，本书都极具价值。

中文书名：《经济学家丛书：商品指南》

英文书名： *Guide to Commodities: Producers, players and prices; markets, consumers and trends*

作 者： Caroline Bain

出 版 社： Profile Books

代理公司： ANA

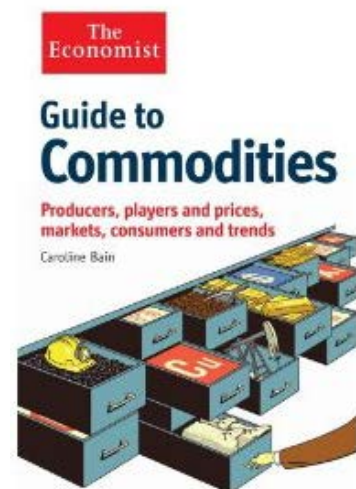
页 数： 320 页

出版时间： 2013 年 3 月

代理地区： 中国大陆、台湾

审读资料： 电子稿

类 型： 经管





内容简介:

从铝、铂到锌和金，从油、气到可可和小麦，本书全面概述商品世界的主导力量。

- ◆ 过去十多年来，人们对商品无止境的需求已经显示出商品在当代的经济和日常生活中扮演着多么重要的角色。
- ◆ 没有任何其他书籍能像它一样清晰全面、易于理解地提供关于这个主题的综述和分析。
- ◆ 本书编纂者来自世界领先的商品分析和数据采集团队。

在过去的十年里，大量商品的价格波动强调了它们的经济地位，也体现了我们有多么依赖商品。金价飙升至新高的同时，货币也同样遭遇着信任危机；来自中国的需求使得金属价格上涨；中东和北非局势的不稳影响了油价；由于担忧现有粮食产量是否足以供养全球人口，食品价格也在同步上升。

本书介绍的商品具体有：

- ◆ 铝、铅、镍、锡、锌、钢、铁、金、银和铂；
- ◆ 石油、天然气和煤炭；
- ◆ 小麦、玉米、糖、大豆、咖啡、棉花、可可、茶叶、大米、羊毛和橡胶。

本书关注了这些商品的生产和市场的发展趋势，集中研究了它们的价格在近年来发生了怎样的变化以及未来的价格走向。它分析了生产者（资源丰富的国家和矿业公司）和市场参与者（类似嘉能可（Glencore）的商品交换和贸易公司）各自的着力点，强调了不同社会和产业在变幻莫测的商品市场面前的脆弱性。

对于想要获得商业领域的简明指导和全面概述，并了解其世界影响力的读者来说，本书可谓是无价之宝。

作者简介:

卡若琳·贝恩（Caroline Bain）是经济学人信息部（The Economist Intelligence unit）的一位资深商品编辑，她的团队成员和与她共事的外部专家将参与编纂本书。



中文书名：《经济学人之首席财务官：他们做什么，他们的影响力以及重要性》

英文书名：The Economist: The Chief Financial Officer: What CFOs do, the influence they have, and why it matters

作者：Jason Karaian

出版社：Profile Books

代理公司：ANA

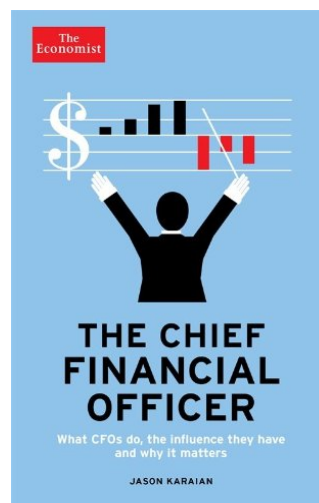
页数：160 页

出版时间：2014 年 2 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类型：经管



主题：企业王座背后的力量

卖点：

- 充分把握时机研究了 CFO 这一在大多公司中拥有仅次于 CEO 的权力和影响力的角色
- 有抱负的 CFO 和 CEO 的必备读物
- 为每一位管理者提供了他们需要理解的重要内容，以配合 CFO
- 基于对全球 CFO 的研究和采访，笔法活泼灵动

内容简介：

从后台会计到一线主管，财务人员的迅速升迁令企业中的其他部门难以望其项背。首席财务官（CFO）能接触到业务的方方面面，其影响力只有首席执行官能与之比拟。

本书解释了 CFO 是如何斩获其特权地位，他们的未来又会是怎样。它描绘了 CFO 不断扩大的作用，以及他们如何变革部门来应对这一改变。本书包含了大量现任和前 CFO 的见解，用最直接的视角解读财政领导人的壮志和疑虑。本书适合以下人群：财政部长可向同行学习，衡量自己的表现；想要在企业财务领域就职的人；希望改善与财政部门关系的管理者；在银行、会计所和咨询公司任职的服务人员，以及任何想与公司支票的管理者交好的人。

作者简介：

杰森·克莱恩（Jason Karaian）是环球经济商业数字杂志 Quartz 的欧洲资深记者，专攻金融及经济领域报道。他曾为《经济学人智库》（The Economist Intelligence Unit）报导金融服务行业的内容，同时也是欧洲发行的《首席财务官》（CFO）杂志的副主编。



中文书名：《经济学人之管理人才：招募、保留与最大限度地获得人才》

英文书名：The Economist: Managing Talent: Recruiting, retaining and getting the most from talented people

作者：Michel Syrett and Marion Devine

出版社：Profile Books

代理公司：ANA

页数：256 页

出版时间：2014 年 2 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类型：经管



主旨：

怎样雇佣并得到最好的人才——如果你是最好的，如何令你的优势最大化。

卖点：

- ◆ 招聘和留住足够的人才被认为是当下最重要的管理挑战
- ◆ 本书基于最新研究和大量来自各行各业顶尖企业的真实经验
- ◆ 本书的目标是让尽可能多的人才寻找充实的职业生涯，实际上，只有仰仗人才，公司才能获得成功

内容简介：

调查机构经过调查表明，成功的企业越来越依赖其员工的技能。由于有才华的员工短缺，寻找具有与众不同能力的人依然在继续。雇佣这样的人是相对容易的部分；让他们不断参与令其不要进步，让他们最好的部分为你所用，这才是真正重要的。

本书基于原始素材的研究，包括对高管、招聘专家、猎头公司、被认为是“天才”的人及其所在公司进行采访，以概述的方式介绍了福特公司、高盛、思科、迪阿吉奥、特斯拉、通用电气和汇丰银行所面临的招聘与发展挑战所需的人才。

本书也将推动读者自身的职业前景。

作者简介：

玛丽昂·迪瓦恩（Marion Devine）是一位商业作家兼编辑，她的著作包括 *Managing Uncertainty* 和 *Successful Mergers*（均由《经济学人》出版）。她还为阿什利奇商学院和英国特许管理协会撰写或研究人才管理方面的报告。



米歇尔·西莱特（Michel Syrett）是商业与管理方面的作家，他在《泰晤士报》、《今日管理》和《亚洲商业杂志》上发表文章，同时也在克兰菲尔德商学院和菲帕克学院等机构尽心学术研究。他的著作与研究报告多达二十本。

中文书名：《经济学人之营销增长：营销人员在推动收入和利润时的作用》

英文书名：The Economist: Marketing for Growth: The role of marketers in driving revenues and profits

作者：Iain Ellwood

出版社：Profile Books

代理公司：ANA

页数：224 页

出版时间：2014 年 1 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类型：经管



主旨：

营销人员如何才能让自己的公司与同类公司比更具差异化，获得更多经济上的成功——我指的是获得的奖励与成功的认可。

卖点

- ◆ 需要重新审视重要角色营销在商业上的成功
- ◆ 提供一个很有说服力的案例令营销人员采用，以获得更多经济协调的习惯
- ◆ 本书充满了面对困境的实际建议和有用工具，它们将令营销人员和无须进行销售的同事获益
- ◆ 适用于所有的经理，帮助他们理解市场营销的真正作用何在

内容简介：

本书对商业活动中的市场营销进行的指导，作者认为市场营销能够且应该成为经济增长的最重要驱动力。营销人员在创收工作中起至关重要的作用，在将收入转化为利润时，他们能发挥同样重要的作用。通过变得更聪明或更高效，增长也能变成一个更好的业务，同时可持续发展。包括发展和提升产品、流程和服务标准。营销人员很接地气，因此他们常常第一时间就了解到不断变化的客户需求与行为，以及市场的力量。这便增加了营销工作对于业务各方面的影响力。

本书分为三个部分：第一部分探讨谁是最有价值的客户，第二部分介绍了推动收入增长



的最有效方法，第三部分介绍了提高盈利能力的最佳方法。它将洞察力与实际指导相结合，提供了大量硬数据和基于在英国、美国、欧洲和亚洲大量广泛业务经验基础上的轶事证据。书中所涉的独具特色的公司有亚马逊、中国移动、多芬、高盛、海尔、荷兰国际集团、联想、Mini、宝洁、红牛、Target、推特、维珍和 Zara。

作者简介：



伊恩·爱尔伍德 (Iain Ellwood) 拥有二十多年的国际工作经验，他曾在日本、香港、荷兰和美国工作过，在很多大公司（如阿斯利康、Orange、飞利浦、RSA、三星、特斯科、路透社和维珍）做品牌营销战略家。目前，他运营着自己的咨询公司，此前他曾在伦敦的国际品牌集团做过咨询工作。伊恩为 *Brands and Branding* 一书（《经济学人》/2010 年，ISBN: 9781846681196）撰写过“品牌策略”章节的内容；他的其他著作还有 *Wonder Woman*、*Marketing secrets for the trillion dollar customer* 和 *The Essential Brand Book*。

中文书名：《对于新兴市场的经济学指南》

英文书名： *The Economist Guide to Emerging Markets: Lessons for Business Success and the Outlook for Different Markets*

作 者：Aidan Manktelow and Frida Wallin

出 版 社：Profile Books

代理公司：ANA

页 数：256 页

出版时间：2014 年 4 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类 型：经管



内容简介：

多年来，企业在国内和发达国家的发展一直都很有有限。发现和培养新兴市场才是真正把事业带向更高层次的机遇。

经济学家网（The Economist Corporate Network）多年来始终是咨询公司中的权威，致力于充分利用新兴市场展现的机遇，避免许多公司曾犯下的灾难性的错误。在本书中经济学家网（The Economist Corporate Network）的团队与读者分享了他们的专业知识。他们检验了新兴市场中的商业新方法，发掘了你思考的东西、各种各样的风险，以及如何修正你的方



法。他们还审视了各种各样的市场，从金砖四国（巴西、俄罗斯、印度和中国）到东欧、亚洲和非洲的新兴经济体。

基于经济学家企业网（The Economist Corporate Network）无与伦比的专业知识和他们与数百家企业共事的丰富经验，没有比本书更有用的指南了，它将帮助你探索这些市场提供的机会，以及如何利用它们。

作者简介：

艾登·曼科特劳（Aidan Manktelow）是欧洲经济学家网主管

弗里达·沃琳（Frida Wallin）是香港经济学家网副主任

中文书名：《债务、赤字与困局：金融危机及其后果》

英文书名： *Debts, Deficits and Dilemmas: A Crash Course on the Financial Crisis and its Aftermath*

作 者： Zanny Minton-Beddoes

出 版 社： Profile Books

代理公司： ANA

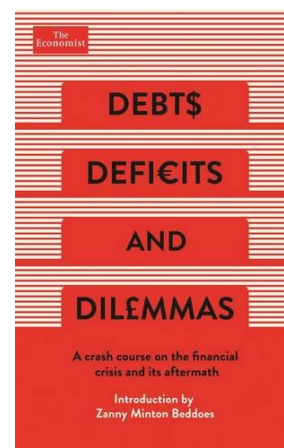
页 数： 90 页

出版时间： 2014 年 4 月

代理地区： 中国大陆、台湾

审读资料： 电子稿

类 型： 经管



主题：

2007-2008 年的金融危机如何持续影响当今的经济

卖点：

- 由《经济学家》（The Economist）杂志顶尖作者和经济学家团队写作
- 清晰、简明、易懂的指南，针对金融危机这一战后最重要的全球经济事件
- 适合学生、主管和非专业人士理解近期经济混乱的原因

内容简介：

作者赞尼·明顿·班道斯（Zanny Minton Beddoes）将近五期《经济学家》杂志中有关金融危机及其后果的摘要内容汇聚到了一起，成为读者面前这薄薄的 A 开平装本，本书也提供电子书格式，将于 2014 年春天出版。内容包括：



赞尼·明顿·班道斯（Zanny Minton Beddoes）对《经济学家》（Economist）杂志中五篇文章的介绍，解释了金融危机对当今全球经济状况的重大影响，并预测其前景。

经济危机的原因。危机爆发已经过了五年，但我们仍能感受到其影响，发生危机的原因究竟是什么？

- ◆ 债务的危险。在本次经济混乱中，债务和去杠杆化所扮演的角色
- ◆ 经济崩溃后的货币政策。各国中央银行的行长在危机后为刺激经济发展所采取的新型方法
- ◆ 刺激与紧缩。公共债务的激增和关于政府应该以怎样的速度削减债务的激辩
- ◆ 保证银行安全。不用扼杀贷款而保证银行更安全的方法。

作者简介：

赞尼·明顿·班道斯（Zanny Minton Beddoes）是位于华盛顿的《经济学家杂志》（The Economist）的经济学板块编辑。

中文书名：《欧盟危机》

英文书名： *Unhappy Union: How the Euro Crisis - And Europe - Can Be Fixed*

作 者： The Economist, John Peet and Anton La Guardia

出 版 社： Profile Books

代理公司： ANA

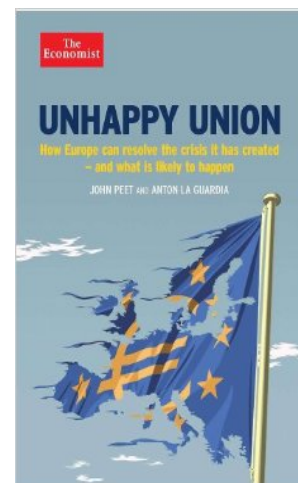
页 数： 240 页

出版时间： 2014 年 6 月

代理地区： 中国大陆、台湾

审读资料： 电子稿

类 型： 经管



主题：

欧洲计划缘何濒临破产，以及挽救该计划需要做出的艰难决定。

卖点：

- 清晰地分析了欧洲战后最严重的危机
- 政界、商界人士必读
- 由《经济学人》杂志欧洲专家撰写



内容简介:

欧元本应在欧洲各国和人民之间创建一条牢不可破的纽带,应当成为欧洲公民共同未来的一种有形的象征。然而,当债务危机袭来,欧元这种在建设中的货币的缺陷让经过了几十年战后一体化的欧盟处在了危机边缘。

南北之间、欧盟委员会和民族国家之间以及统治者和被统治者之间都出现了严重的隔阂,这导致了人们对欧洲民主的深刻质疑。欧盟委员会和各国政府之间的共识正在减少,而左翼和右翼的极端分子的力量和影响力则不断加强。

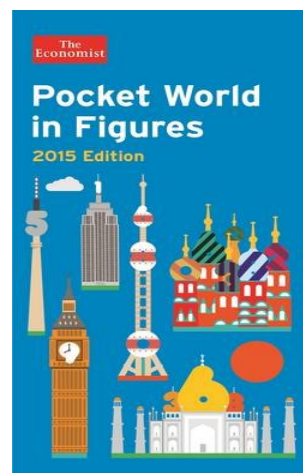
至今为止,欧洲的领导人已经驳倒了那些悲观者们的灾难预言,没让货币流通崩溃。安吉拉·默克尔(Angela Merkel)说:“如果欧元崩溃了,欧洲也就崩溃了。”然而欧元以及整个欧洲计划还远远不安全。如果想要让这一体系生存并繁荣下去,领导者们最终必须面对艰难的抉择。他们愿意放弃多少的国家主权来创造更持久可靠的货币流通?他们要共同承担多少债务负担和银行风险?英国准备好从欧盟中脱离了吗?其它国家会纷纷效仿吗?本书作者用敏锐的危机分析,描绘了美国为拯救欧元而进行的幕后游说、经济学家们就财政紧缩而进行的激烈辩论、欧洲央行不为人知的策略以及银行联盟间曲折的谈判。在最后一章中,面对欧洲的领导和公民,他们做出了严酷的选择。

作者简介:

约翰·皮特(John Peet)是《经济学人》(The Economist)杂志欧洲版编辑兼前布鲁塞尔驻地记者。

安东·拉·瓜迪亚(Anton La Guardia)是《经济学人》(The Economist)杂志驻布鲁塞尔记者,他为其撰写查理曼专栏。在这之前,他曾作为海外特派员在中东和非洲地区工作过二十多年。著有《圣地》(Holy Land)、《邪恶的战争:以色列人》(Unholy War: Israelis)以及《巴勒斯坦人》(Palestinians)(企鹅出版社,2006年)

中文书名:《经济学人:口袋中的数字世界 2015 版》
英文书名: *The Economist Pocket World in Figures 2015*
作 者: The Economist
出 版 社: Profile Books
代理公司: ANA
页 数: 256 页
出版时间: 2014 年 8 月
代理地区: 中国大陆、台湾
审读资料: 电子稿
类 型: 大众社科





内容简介:

这个常年受到追捧的书的全新 2015 版已经到来, 利用很多新的特色进行了修订和扩展。本书充满了当今世界的众多事实和数字——涉及的科目多种多样, 地理学、人口与人口统计学、商业、金融和经济、运输、旅游与环境、社会、文化、犯罪——这是一个既能给你信息又能娱乐你的美妙数据宝库。

你还会发现如下信息:

- 七国集团的 GDP 总量占全世界近 50%, 而人口只占到 11%
- 卢森堡公国的人均国民收入超过了 10500 美元; 索马里为 110 美元
- 全球五个最宜居的城市中有四个在澳大利亚; 十大宜居城市中三个来自加拿大。
- 海外的印度人和中国人总共每年向家里汇钱接近 1100 亿美元。
- 超过 48% 的美国妇女属于肥胖
- 洪都拉斯和萨尔瓦多拥有最高死亡率
- 美国是最大的军火出口国, 印度是最大的军火进口国

本书包含 200 多个专题排名, 190 多个国家的数据, 超过 65 个世界主要经济体的详细介绍, 以及对欧元区 and 世界的特别介绍。

《口袋中的数字世界》(*The Pocket World in Figures*) 总是受到其数以千计的粉丝们的强烈追捧。想要获得大量信息的人是无法抗拒这个新版本的。

媒体评价:

“这本书是一个当今世界的有趣自拍照, 从酒吧到银行、旅行和看电视习惯、政策、人口以及诺贝尔和平奖获得者, 它给所有东西都排了个名。”

----《每日镜报》

“超大信息量、娱乐性强、见解深刻...事实爱好者们的圣经”

----《路透社》

“宅男环球旅行者们需要了解的关于这个世界的一切东西都在这本书中。”

----《每日电讯报》



中文书名：《乱中取胜：商业贸易如何应对混乱时期》

英文书名：The Great Disruption: How business is coping with turbulent times

作者：Adrian Wooldridge

出版社：Profile Books

代理公司：ANA

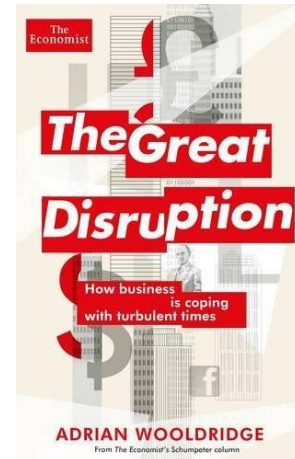
页数：288 页

出版时间：2015 年 4 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

出自《经济学家之熊彼得》（The Economist's Schumpeter）的作者之手：商业贸易在面对世界范围内的空前混乱情况必须如何去适应和改变。

基于其受欢迎的熊彼得系列的内容，阿德里安·伍德里奇（Adrian Wooldridge）审视了破坏当今迅速发展的商业世界的力量。

这种破坏有很多原因：互联网的迅速普及；来自创新和制造业新兴市场的挑战；迫使企业重新思考战略的聪明管理技术；从厂房向服务部门发展的机器人；等等很多。这些新发展正在动摇商业贸易和社会生活的基础，产生了一群赢家和输家，迫使每个人去适应和改变。

《乱中取胜》（The Great Disruption）中说道：

- 正在破坏当今商业世界的力量，和预言了这些力量的管理大师们。
- 谁是赢家，谁是输家，各种机构试图如何去改变（常常失败）。
- 传统的管理难题，如人才的管理、分配和外包，如何持续，不过会有一种新的转折。
- 公司、高效、竞赛和社会等的未来运程会是怎样。

本书还提醒我们为什么约瑟夫·熊彼得（Joseph Schumpeter）关于创造性破坏的观点时至今日还非常有实用价值。

作者简介：

阿德里安·伍德里奇（Adrian Wooldridge）是《经济学家》（The Economist）的主管编辑，是“熊彼得”专栏的作者。他早先在华盛顿特区工作，作为华盛顿的总编辑，在那里还撰写了列克星敦专栏，还担任过《经济学家》西海岸驻地记者、主管记者和英国驻地记者。他的



著作包括：《公司：革命理念的短暂历史》（*A Short History of a Revolutionary Idea*）、《上帝归位》（*God is Back*）和《第四次革命：国家重塑的全球性竞赛》（*The Fourth Revolution: The Global Race to Reinvent the State*）。

中文书名：《经济学家指南之组织设计第二版：打造高绩效、适应性强的企业》

英文书名： *The Economist Guide to Organisation Design 2nd edition: Creating high-performing and adaptable enterprises*

作 者： Naomi Stanford

出 版 社： Profile Books

代理公司： ANA

页 数： 352 页

出版时间： 2015 年 2 月

代理地区： 中国大陆、台湾

审读资料： 电子稿

类 型： 经管



内容简介：

每年因为组织或重组方式的问题导致成千上万以及建立起来的贸易失败。要做成生意不仅取决于它的业务方式和汇报关系是否满足市场的需求，也要看其在面对迅速变化的商业环境是否能够从容应对。

然而经理们很少条例清晰地谈论构建或重组他们的业务，更不用说在这个至关重要的问题上采用系统的方法了。很多公司由于错误的原因被重组，这种情况相当普遍——例如，一位新的首席执行官想要树立威信，或是想要采用一种新的信息技术系统。

这本修订升级版的《经济学家指南》（*Economist Guide*）展示了领导者应当如何构思和实现一个公司的设计，运用五条简便易用的指导方针：

- 围绕其战略和运营环境设计公司，不要受到居心叵测或是非商业的原因的影响；
- 全盘考量——不要只重组一个部门而不管其他；
- 考虑未来市场、消费者和趋势，而不仅仅是现在表现最佳的模式；
- 投资时机和资源：一次重新设计可能实施起来比较复杂，必须在不影响日常运作的前提下完成；
- 回到这个公司如何运作和其市场如何定位这些基本点上；这不是一个解决短期问题的修复工作。



作者简介:

内奥米·斯坦福博士 (Dr Naomi Stanford) 是一位涉及组织设计和发展领域各个方面的咨询顾问、教师和作家。她在数家大型跨国公司任过职, 如普华永道、英国航空、玛莎百货和施乐公司, 也在大量的政府组织、非盈利组织和私营组织中担任顾问。她著有五本书, 她的博客 www.naomistanford.com 展示了其爱好。

媒体评价:

第一版获得的赞扬:

“通过高效的组织设计可以极大的减少失败的风险, 这样的设计在面对不断变化的境况是鼓励高效的表现和适应性。”

---- 《当代人事》(Personnel Today)

“...就如何避免在重组过程中的常见错误方面提供了一些见解和实用帮助...物有所值”

---- 《商务专员杂志》(Business Executive Magazine)

“...包含了一整套简单有效的工具和模型”。---- 《职业经理人》(Professional Manager)

中文书名: 《经济学家风格导论: 第 11 版》

英文书名: *The Economist Style Guide: 11th edition*

作 者: The Economist

出 版 社: Profile Books

代理公司: ANA

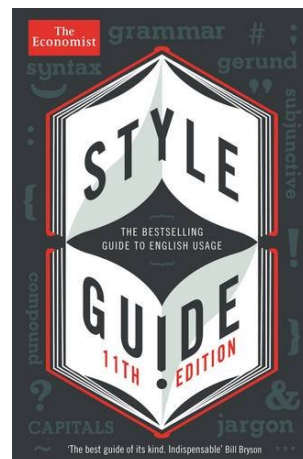
页 数: 272 页

出版时间: 2015 年 5 月

代理地区: 中国大陆、台湾

审读资料: 电子稿

类 型: 大众社科



内容简介:

主旨: 一部针对英语用法的畅销指导书的全新升级版本

卖点:

- 已经售出了超过一百万部
- 像字典一样不可或缺——不过更有趣: 睿智、离奇, 常常带有不敬、却也很诙谐。
- 语言爱好者必读, 对所有作家来说是一部宝贵的参考书
- 对于学生们和其他需要打造写作技巧的人来说是一个极好的礼物



明确地写作的关键在于明晰的思考。故思考一下你想说的话，然后尽可能简单的说出来。

那就是支持着这受人喜爱的指导用书的思想，对任何一个想要成为经济学家被大家所熟知的那样的明理、风格和精密性的人来说，那就是颂歌。

《经济学家风格导论》(*The Economist Style Guide*)通过英语用法的乐趣与陷阱来指导读者。它就标点符号、缩写语和大写字母的使用的一致性提出了一些建议，辨别出普遍的错误和陈词滥调，还包含了一些详尽的参考资料——涵盖了从商业比率到数学符号以及常用拉丁短语。本书还指出了英国英语与美国英语之间的主要不同之处。

但这不是普通的英语用法指南。书中拥有智慧、活力和天赋，使得其比简单的参考书要高明的多。以下举一些例子：

- 期待并不意味着预计。杰克和吉尔预计要结婚；如果他们期待结婚，吉尔也许发现自己只是候选人而已。
- 注意 **between** “之间”这个词。在两张凳子之间落下，虽然很痛，这在语法上是可以接受的。在两条裂缝之间落下，这是对物理学规则的挑战。
- **critique** 是个名词。如果你想用动词，试试 **criticise**。
- 小心使用词汇。如果这扇门很惊慌，是不是它的头发竖了起来？

《经济学家风格导论》对于任何一个想要与风格沟通的人来说是必读的。

作者简介：

自从 1843 年在伦敦开始编辑以来，《经济学家》(*The Economist*)就是每周一期的国际新闻与商业出版物了，提供了有关世界时事、商业、金融、科学技术、文化、社会、媒体和艺术明确报道、评论和分析



中文书名：《经济学家对国家风险的指导》

英文书名：The Economist Guide to Country Risk

作者：Mina Toksoz

出版社：Profile

代理公司：ANA

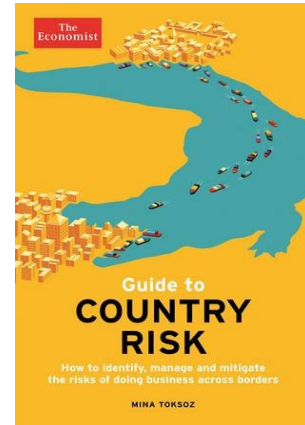
页数：268 页

出版时间：2014 年 11 月

代理地区：中国大陆、台湾

审读资料：电子稿

类型：经管



主旨：

一本帮助公司掌控海外贸易风险的独特的综合性的指导用书

卖点：

- 就辨别、掌控、规避海外风险提供了一套系统性的方法
- 帮助高管回答被老板反复问到的问题：这场危机会如何影响我们的生意
- 对于一个日益不确定的世界来说是一本具有前瞻性，涉及面广的指导用书
- 作者是一位有着近 30 年在全世界范围内分析国家风险经验的前沿专家

内容简介：

国家风险说明了当贸易进行跨国运作时会出现异常情况的事物。需要了解商业情况中的突变不仅仅是在全球设立工厂和综合业务的跨国公司。这些因素能够影响到也许想拓展海外销路或是与外国供货商合作的任何一家小型公司。2009-2009 的全球金融危机和阿拉伯之春告诉我们在任何一个国家商业状况恶化和传播是多么的迅速和充满戏剧性。但是对国家危机的彻底的理解和谨慎的掌控会帮助公司从危机中生存下来，甚至可以开拓新的机遇。

这本针对国家危机的指导用书告诉我们：

- 外国投资者面临的是什么样的风险，以及如何用一种系统的方式去衡量和掌控它们。
- 政治和经济风险为何如此难以预测。
- 哪里的经济比较脆弱，以及现有的风险模型地点（或是遗漏处）如何预示即将发生的灾难。
- 忽视警告信号的经理们的典型坏习惯
- 下一场危机将会如何在何地出现。

作者简介：

迈那·托克索兹（Mina Toksoz）曾经从事了将近 30 年的国家风险和新兴市场顾问，包括担任标准银行国家风险主管，以及在经济学人智库担任国家风险服务主管。



中文书名:《知识产权的经济学指南:知识产权的定义、保护与利用》

英文书名: *The Economist Guide to Intellectual Property: What it is, How to Protect it, How to Exploit it*

作者: Stephen Johnson

出版社: Profile Books

代理公司: ANA

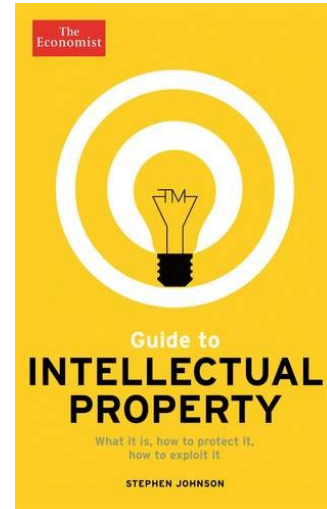
页数: 352 页

出版时间: 2015 年 8 月

代理地区: 中国大陆、台湾

审读资料: 电子稿

类型: 法律



内容简介:

在美国,知识产权在国内生产总值中占到近 5 万亿美元,包括专利、商标、域名、著作权、设计和诸多商业秘密。因此,企业都想在保护自己的知识产权的同时,从他人的知识产权中获利。侵害知识产权而导致的损害使得一个规模可观的行业应运而生。然而,知识产权法是相当复杂的,与之相关的商业、经济和法律问题很难以它为依据。从制药行业与仿制药的斗争历史看来,法庭判决和对知识产权法的阐释是变幻莫测的,这很可能让依靠知识产权存活的企业境况急转直下。本书对知识产权进行了全面的阐释,将帮助企业、投资人以及勤于思考的读者们理解知识产权的范围和性质,得以向顾问提出正确的问题,最终从这一无形资产中获得最大价值。

作者简介:

史蒂芬·约翰逊(Stephen Johnson)曾在剑桥大学(Cambridge University)学习遗传学,之后在 1982 年成为一名事务律师。成为辩护律师后的三十年间,他就职于凯易国际律师事务所(Kirkland & Ellis LLP),目前常驻旧金山。如今,他致力于从商业角度研究知识产权。他既为美国的慈善组织“万众一心”(One Mind)提供知识产权方面的咨询,也针对影响神经科学研究的政策问题提出建议。