

绪论

1.1 研究背景

在大数据信息时代与背景下,商业模式及企业的经营战略管理都出现了本质上的变化。随着“第四次科技革命的浪潮”,5G、物联网、AR/MR¹等新兴技术的诞生也为通讯业增加了新的活力,曾经智能电话机的开创者-苹果(Apple Inc.)从企业初期创建经过“权位内斗”、“股价崩盘”“金融危机”等重大危机日臻完善至如今的“世界最具有价值的品牌”,苹果公司在不同时代不同地区采用了不同的企业经营战略并针对变化莫测的市场进行着不同的商业决策。而如今新兴企业剧增,因国内外半导体行业及芯片智能领域的发展,苹果公司在全球的市场份额受到明显冲击,而在总销售额占比较大的亚洲市场,“毒工厂事件”、“弯曲门”、“降速门”等等接踵而来的负面新闻也无疑是雪上加霜。然而苹果却另辟蹊径,通过一系列的营销手段成功的从一个技术导向型企业转变成市场导向型企业从而再一次的站稳了电子高科技企业的龙头。一个上市企业成功的背后,却一定不是一帆风顺,甚至还会是满路荆棘。

1.2 研究目的

通过分析苹果公司在亚洲地区的企业战略及框架来了解苹果在企业经营及决策上的方法方式,并从中总结经验及建议为日后的生活工作提供帮助

1.3 研究意义

¹ AR: 现实增强技术。MR: 混合现实技术。

课题意义在于深入探讨目前新形势下苹果公司商业模式及经营理念,了解当苹果公司初期的艰难考验重重险阻,在历经无数外界讥讽打压下,最终成就了如今的数字化产业先驱者、世界 500 强企业的地位,并在技术瓶颈期如何通过转变战略决策及营销策略来力挽狂澜。通过国际企业的运筹帷幄随机应变,对我国企业提供部分参考性建议或对未来自主创业及就业给予一定学术性理论帮助

1.3 主要工作

本论文以苹果公司初期、平稳期及现时期利用 SWOT 模型及波特五力分析法来分析苹果公司在亚洲地区的决策及营销策略,主要研究以下工作:

- (1).利用现有资料对苹果各阶段的经营决策战略进行分析,以得出苹果在不同阶段不同时期的决策部署,探究失败及成功原因;
- (2).运用 SWOT 模型分析苹果公司优劣势以及机会与威胁计算出苹果的大框架,并结合 4P4C4R 与波特五力分析法得出苹果在决策部署上的宏观结论;
- (3)通过横向对比相同产业的经营战略及决策,以得出优化结论,为今后的就业与工作提供理论性的参考与帮助。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/058023051032006057>