



Mc
Graw
Hill
Education

产品领域的世界级专家沉淀 20 余年的研究成果
汇总几千名产品经理的实践经验

原书第 4 版 白金版


产品经理手册

The Product Manager's Handbook, Fourth Edition

[美] 琳达·哥乔斯 (Linda Gorchels) 著

祝亚雄 冯华丽 金骆彬 译

荣膺
卓越思想领导力
大奖

 机械工业出版社
China Machine Press

产品经理手册（原书第4版）（白金版）

The Product Manager's Handbook, Fourth
Edition

（美）琳达·哥乔斯（Linda Gorchels） 著

祝亚雄 冯华丽 金骆彬 译

ISBN: 978-7-111-57060-8

本书纸版由机械工业出版社于2017年出版，电子版由华章分社（北京华章图文信息有限公司，北京奥维博世图书发行有限公司）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地区）制作与发行。

版权所有，侵权必究

客服热线：+ 86-10-68995265

客服信箱：service@bbbvip.com

官方网址：www.hzmedia.com.cn

新浪微博 @华章数媒

微信公众号 华章电子书（微信号：hzebook）

目录

译者序

前言

致谢

第一部分 基本概念

第1章 产品经理工作的多面特性及其运作

第2章 领导力与管理能力

第3章 业务能力

第4章 情报收集

第5章 产品企划框架

第二部分 上游产品管理：战略新产品与创新行动

第6章 路线图、创新和模糊前沿

第7章 制订企划方案并获得批准

第8章 监督新产品计划

第9章 制订和实施产品发布方案

第三部分 下游产品管理：持续的生命周期管理及发展

第10章 生命周期管理

第11章 品牌资产管理

第12章 营销策略与产品上市

第四部分 微调

第13章 构建全球化思维模式

第14章 实现目标与绩效的协同

译者序

全球化的发展和电子商务的普及，使得生产厂家之间的竞争变得前所未有的激烈。要想在如此激烈的竞争环境中获得更多的优势，企业经营者必须在产品管理方面下足功夫。在当前的社会经济中，产品的设计与生产的复杂性不断增加，产品经理的工作也已经成了决定产品成败的关键。

琳达·哥乔斯在威斯康星大学麦迪逊商学院高管教育系从事教学与研究的工作，对产品管理的整个流程有着深刻的见解。她的著作涵盖产品管理与渠道管理等各个方面，她还为诺基亚、西门子等跨国公司提供培训服务。

她的这本《产品经理手册》为我们详细讲解了产品管理的整个流程。在第一部分，作者先解释了一些基本概念，让我们大概地了解产品管理工作，以及领导力和管理能力之间的关系。当然，作为产品经理还必须具备一定的业务能力和信息收集能力，并知道如何开展宏观规划工作。作者把产品管理分为上游和下游两个阶段进行分析。产品管理的上游阶段需要考虑的问题是比较战略性的，产品经理需要具备的知识包括如何形成路线图，如何创新、制订企划方案、监督整个新产品项目，以及如何制定和执行产品发布等工作。下游阶段的产品管理比较微观，主要关注产品生命周期管理、品牌资产管理以及营销策

略与产品上市。在介绍了产品管理的整个流程之后，作者也不忘提醒我们，要用全局的视角考虑问题，协调好目标与最后绩效的关系。因此，必要时我们需要对某些过程进行微调。

在本书中，琳达的分析深入浅出，通过大量图表，并结合各种真实生动的案例，向我们讲述了产品管理的方方面面，让我们仿佛亲身体验了产品管理的整个流程。本书每章开头部分的一两个判断题能很好地激发读者思考，引起大家对后面内容的期待；每章的最后还附有对知名产品经理的访谈，使读者可以更加深入地了解产品管理的流程，以及产品经理的成长历程，从而更好地规划自己作为产品经理的职业生涯。

本书在翻译过程中，得到了浙江师范大学经济与管理学院和外国语学院许多同事和学生，以及绍兴文理学院经济与管理学院金骆彬老师的帮助。参与初稿翻译工作的有：祝亚雄（前言，第1、2、3、4、5、8、9章）、冯华丽（第10~14章）和金骆彬（第6、7章）。本书由祝亚雄负责统稿。冯华丽、金骆彬承担了主要的协调工作；浙江师范大学外国语学院翻译系的邵惠君、王娜，经济与管理学院的王怡、郑春芳，金华市湖海塘中学的张永青老师等承担了大量的资料查询和校稿工作。在此一并致以诚挚的谢意。

祝亚雄

于浙江师范大学

前言

本书是专门为产品经理创作的，目前已出版第4版。第1版把该领域知识扩展到传统包装消费品之外（厘清了基本概念）；第2、3版加入了更多基本建议和分析工具。在过去的15年间，已有数十位咨询师、培训师、协会会员，以及2002年之后的领英网站（LinkedIn）的会员，受益于产品管理知识的增长，并纷纷开始传播其基本原则。他们中的很多人几乎完全专注于某一行业或利基市场。

当前，我们又一次需要对该领域的知识进行更新——从填补空白式、按部就班式的流程化产品管理，升级为更加便于执行的战略性思考能力（是的，这里仍会有很多模板和各种建议，但更着重于分析为什么这些模板很重要）。对于书中所做的改动，列举如下：

- 与内容框架所体现的一样，本书按上游和下游产品管理职责来组织内容。因此，我们对新产品开发（从产品经理而不是研发部门的视角）和产品生命周期管理两方面进行了更为深入的讨论。

- 本书是与客户合作完成的成果。每章后的访谈都由产品经理，或者由监督其工作或与其合作的高管完成。我们还附有现任产品经理所撰写的企业案例，描述了各种原则运用的具体问题。他们中的多数人对前几个版本中的概念进行了修整和扩展。

·在每章结尾处，我们不再随意列举一个条目清单，而是提出了一个综合整章内容、高水平且引人思考的话题。产品经理的经验越丰富，所提出的问题就会越深奥、越复杂。

整本书中，有好几处介绍了一些包含各种视频信息或其他解释材料的网站，就我们所探讨的问题为读者提供更为深入的信息。这些外部资料，有的非常发人深省、让人大开眼界或者令人感到奇特，它们将伴随你的职业成长，帮助你构建自己的学习“包”。几十年来，我与成千上万名产品经理合作过，我最大的贡献是，能够把大家引到我自己力所不能及的各种资源中去，而这也是我在这个版本中所力求实现的目标。如果你有值得与产品经理分享的其他知识资源，请一定与我联系，我的电子邮箱是：Igorchels@exed.wisc.edu。请好好享受阅读吧！

致谢

本书是基于很多其他资源的合作产品。我尤其想对如下人员表示感谢。

首先，我要感谢的是对我的访谈问题做出让人深思的回答（这些答案收录在每章的结尾部分）的各位，他们是：

·马克·罗思韦尔 (Mark Rothwell) ， 迪恩诊疗机构 (Dean Clinic) 营销沟通副总裁

·斯科特·戴维斯 (Scott Davis) ， 先知公司 (Prophet) 首席成长官

·道格·沃恩 (Doug Vaughan) ， 英格索兰公司财务副总裁

·葆拉·格雷 (Paula Gray) ， 国际产品营销与产品管理协会 (AIPMM) 常驻人类学家

·布拉德·罗杰斯 (Brad Rogers) ， 美国教师退休基金会企业整合和流程优化经理

·戴夫·弗兰契诺 (Dave Franchino) ， 设计概念公司总裁

·凯文·布思 (Kevin Booth) ， 海因斯集团总裁

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《产品经理手册（原书第4版）（白金版）》琳达·哥乔斯(Linda Gorchels) 著.pdf

请登录 <https://shgis.com/post/4426.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

