

<<超越危机>>

图书基本信息

书名：<<超越危机>>

13位ISBN编号：9787111306887

10位ISBN编号：7111306880

出版时间：2010-6

出版时间：机械工业出版社

作者：张建设 编

页数：312

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;超越危机&gt;&gt;

## 前言

2008年以来,国际金融危机给我国信息产业带来了严峻的挑战,电子信息产业在新世纪以来首次出现负增长,成为国民经济中受冲击最明显的行业之一。

为应对国际金融危机,国家出台了《电子信息产业调整和振兴规划》,围绕保增长、扩内需、调结构,明确提出:未来三年要围绕九个重点领域,完成“确保骨干产业稳定增长,突破战略性核心产业,通过新应用带动新增长”三大任务,实现“保稳定,促发展”和“调结构,谋转变”两大目标,推进产业持续发展。

一年多来,全行业坚定信心,共同努力,加强政策规划引导扶持、推动重大工程实施、集中力量突破核心技术、积极开拓内需市场、深入推进信息技术应用,信息产业总体保持持续增长势头。2009年,规模以上电子信息制造业实现收入51305亿元,同比增长0.1%;利润1791亿元,同比增长5.2%;出口交货值28932亿元,同比下降5.6%。

软件业务收入9513亿元,同比增长25.6%。

全国完成电信业务总量2.6万亿元,电信营业收入达到8707亿元。

在这场国际金融危机中,中国电子科技集团公司作为军工电子的国家队和电子信息产业的主力军,承担了一大批国家重大建设项目,承担了上海世博会,以及广州亚运会、城市地铁电子系统总承包等系统工程建设任务,与江苏省、无锡市签约共建国家传感网创新示范区,与中国电信集团公司签约共推下一代无线通信和移动互联网技术发展。

2009年中国电科主营业务收入、利润均比上年增长23%。

在这场国际金融危机中,中国电子信息产业集团有限公司进一步明确“要为国家做大事,真正成为国内最优、具有较强国际竞争力的国家队”的战略定位,主动调整发展战略,围绕“集成电路与核心元器件、软件、高新电子、计算机与关键零部件、移动通信终端与服务、电子商贸与工程”六大主业,推行事业本部制,转变管理方式和管理机制,为实现2012年进入世界500强的目标,夯实了基础。

## <<超越危机>>

### 内容概要

这是一场“百年一遇”的国际金融危机，这是一次经济发展耐力的考验，这是一轮企业生存智慧的挑战……面对这场国际金融危机的严重冲击，中国电科、中国电子、中国普天、大唐电信、烽火科技等企业擎起信息产业国家队的大旗，掌舵产业调整振兴大局，确保了战胜困难、共克时艰的战略主动，支撑了保增长、扩内需、调结构的战略目标。

海尔、海信、长虹、联想等企业从保现金流到扩大内需，从力挽中国制造影响力到提升中国创造竞争力，勇担信息产业转型升级主力军重任，实现了自主品牌、自主创新技术的脱颖而出，奠定了抢占未来经济科技竞争制高点的坚实基础。

与此同时，夏普、恩智浦、IBM、LG等跨国企业再次读懂中国市场的潜力和机会，与中国产业共患难，与中国企业共成长，共同推动着全球经济的复苏与崛起。

本书以对话企业家的形式，记录40多家国内外企业应对危机的卓绝实践，品评40多位企业家们超越危机的卓越智慧，以飨读者，共图未来。

## &lt;&lt;超越危机&gt;&gt;

## 书籍目录

序：以行动回应危机——中国电子报社社长 罗文第一章 中国脊梁 做有核心技术特色产品——访中国电子科技集团公司总经理 王志刚 向产业链上游转变——访中国电子信息产业集团有限公司董事长熊群力 培育核心竞争力——访中国电子信息产业集团有限公司总经理刘烈宏 总部经营产业企业经营产品——访中国普天信息产业股份有限公司常务副总裁徐名文 从追求规模转向追求效益——访大唐电信科技股份有限公司董事长兼总裁曹斌 推动自主标准市场化——访大唐移动通信设备有限公司董事兼总裁谢永斌 做强做精主业——访烽火科技集团&#8226;武汉邮电科学研究院院长童国华 转企改制重在观念创新——访烽火通信科技股份有限公司总裁何书平第二章 中国力量 竞争不是百米竞赛——访创维集团副总裁杨东文 低成本是一门学问——访康佳集团多媒体事业部总裁穆刚 流程管理至关重要——访TCL多媒体有限公司CEO梁耀荣 不能按常规出牌——访冠捷科技集团自牌事业部TV总经理刘丹 过冬要有余粮企业要有现金——访长虹多媒体产业公司总经理徐明 战略决定企业成败——访广东志高空调有限公司董事长李兴浩 构筑优势竞争力——访同方股份有限公司消费电子事业部总经理王良海 因势利导把握冬天里的机会——访中兴通讯执行副总裁何士友 做世界研发中心和高端制造基地——访北京电子城有限责任公司总经理王洪福 做品牌才能赢市场——访联想移动总裁兼首席执行官吕岩 做能源装备百年企业——访浙江精功科技股份有限公司董事长兼总经理孙建江 专注和创新是成功之道——访江苏亨通光电股份有限公司总经理钱建林 坚定走“中国创造”之路——访晶能光电(江西)有限公司董事长江风益 降低成本是厂家永恒的主题——访江苏中能硅业科技发展有限公司总经理江游 专业的企业才能胜出——访中微微电子(潍坊)有限公司董事长孙夕庆 躲过危机新飞坚持品质立企——访河南新飞电器有限公司董事长张冬贵第三章 中国机会 上游企业要带动产业链——访美国康宁公司大中华区首席执行官孟安睿(Eric S?Musser) 创新型公司更需要市场判断力——访Broadcom(博通)公司总裁兼首席执行官Scott McGregor 抓住市场“甜蜜点”——访安捷伦科技副总裁兼大中华区总裁杨世毅 从“全球本地化”到“本地全球化”——访摩托罗拉(中国)技术有限公司总裁兼摩托罗拉(中国)研究院院长庄靖 利润率体现竞争力——访韩国LG Display公司CEO权映寿 抓住应用技术市场商机——访微软首席研究及战略官克瑞格&#8226;蒙迪 靠独特技术保持领先——访爱普生(中国)有限公司董事长兼总经理牛岛升 培育新增长点——访高通公司大中华区总裁孟樸(Frank Meng) 做国际化的本土企业——访诺基亚西门子通信公司大中国区总裁张志强 投入研发是抵御危机良策——访Altera公司总裁、CEO兼董事会主席John P?Daane 危机中更需要长远规划——访芯源首席执行官兼总裁邢正人 业务重组重塑领导力——访恩智浦高级副总裁Mike Noonan 中国市场合作需要新模式——访杜比实验室全球总裁兼首席执行官叶凯文 中国市场是全球“危中之机”——访夏普商贸(中国)有限公司董事、经营企画室室长酒井功 为客户创造价值——访SAP公司中国区总裁张烈生 市场需求是创新驱动动力——访PTC公司中国区副总裁刘同龙 最好的服务是增值——对话微软全球技术支持中心亚太区总经理柯文达 全球科技进入复合创新时代——访微软亚太研发集团首席技术官、微软亚洲工程院院长张宏江 区域性战略合并应对危机——访意法半导体(ST)执行副总裁兼大中华暨南亚区总裁纪衡华后记

## &lt;&lt;超越危机&gt;&gt;

## 章节摘录

刘东：中国电子在新的发展战略中特别强调要实现“两个转变”，即“核心技术从中低端向中高端转变，主业从产业链的中下游向中上游转变”。

这是中国电子作为“国家队”必须承担的职责，也是自身发展的需要。

你们将如何推进这两个转变？

刘烈宏：我们把推进“两个转变”作为战略实施的关键。

我们应对国际金融危机，也是以“保增长、调结构、上水平、强管理”的组合拳形式来操作，其中“两个转变”是“调结构、上水平”的关键。

2009年上半年，为加速实现“两个转变”，我们积极谋划布局，陆续启动了一批重大并购重组和新经济增长点建设项目，打通集团公司相关产业的发展瓶颈，抢占产业发展制高点。

这些项目实施后，将进一步完善集团公司相关产业的价值链，大大提升集团公司的核心竞争力和综合实力，促进集团公司早日实现跨越式发展。

今后我们还要切实围绕实施“两个转变”，增强自身核心竞争力建设，落实一批技术含量高、市场前景好的重点项目。

我们将发展战略对接和主业对接落实到项目对接，要求各企业围绕加速推进“两个转变”，加快落实一批技术含量高、市场前景好的重点项目，加大已确定新项目的推进工作力度，在集团公司发展战略指引下加快推进新经济增长点建设。

以完善企业价值链和产业链为根本导向，加快推进集团内部和集团对外的联合重组，提升集团公司综合竞争力。

比如在集成电路领域，我们将进一步发展具有核心竞争力的移动通信、消费电子类关键芯片，加强液晶显示器领域的建设；又比如，下一个阶段我们还将推动动力电池的发展。

总之，围绕产业链的中上游来布局是符合集团大企业发展的自身规律的。

一些企业积极落实两个转变，不断强化科技创新和产品结构调整优化，企业核心竞争力进一步提升。

长城科技积极筹建中国电子深圳研究院，向主板、显卡等系统级部件设计、生产领域深入拓展，重点打造笔记本产业研发、设计、制造基地。

长城开发目前已经成为国际市场影响最大的第四代智能远程电表、水表、气表供应商。

桑达集团GPH-610R铁路通用手持台顺利通过铁道部专家评审团的技术审查，正式纳入铁路通信设备采购序列，并已在郑西线、京九线等多条铁路项目中中标。

## &lt;&lt;超越危机&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

“木秀于林，风必摧之”，我们自己要有忧患意识，始终保持清醒头脑。始终把国家的安全和强盛当作我们的一种事业和历史责任。市场总是有的，市场不会饱和，关键在于一个企业有无自己的看家本领、不随波逐流。随着市场波动而忽高忽低的企业是没有竞争力的企业。有竞争力的企业应该是逆势而上。顺势更强。

——王志刚 中国电子科技集团公司总经理 目前跨国公司掌握了70%的世界专利技术、90%的世界技术贸易、70%的货物贸易和90%的跨国投资。全球每年产生的新技术、新工艺有一半以上为世界500强企业所拥有。跨国公司的发展实践告诉我们，他们之所以强大，之所以能够成为“百年老店”。关键在于他们能够在全世界范围内配置资源，能够集全球优秀人才的智慧为己所用。

——熊群力 中国电子信息产业集团有限公司董事长 成功是每个企业追求的目标。然而失败能让一个发展中的企业更快地成熟。无论成功还是失败。都是企业宝贵的财富。

——曹斌 大唐电信科技股份有限公司董事长兼总裁 我们在多个国家做研究发现，在这些国家的整个IT经济中，基础平台所占的比重往往是10%左右。而对于整个经济发展产生杠杆效果的，则是来自于平台技术之外的90%应用技术。正是平台技术之外的应用技术，起到了实现各个部门转型和发展的作用。我认为对于中国现阶段的发展来说，这是个非常关键的要点。

——克瑞格·蒙迪 微软首席研究及战略官 我们公司内部有很多的部门、很多的职位，但无论员工在哪个部门从事什么样的业务，都要尽可能地到第一现场去。到第一线去，通过一个人、两个人，或者三个人的眼睛去看、去用心体验，总结出来真实的情况，从而采取正确的行动。

——牛岛升 爱普生（中国）有限公司董事长兼总经理

## <<超越危机>>

### 编辑推荐

潮退了，才知道谁在裸泳，席卷全球的国际金融危机就像汹涌的潮水，在其中弄潮的企业家们的一招一式，都是应对危机非常难得的思想结晶，从企业家的角度看危机，从危机中看企业家，这是一门企业管理哲学，更是-把化解危机的金钥匙。

<<超越危机>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>