第一图书网, tushu007.com

<<时代精英必读的50本书>>

图书基本信息

书名：<<时代精英必读的50本书>>

13位ISBN编号：9787305061530

10位ISBN编号：7305061530

出版时间：2009-7

出版时间：南京大学

作者：杨吉

页数：236

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

前言

现代商业人士，无暇读书！
无心读书！
无从读书！
虽然他们懂得知识获取的重要性，懂得学习对品位提高的帮助，但对于阅读，他们往往无所适从——不知道如何选择图书、如何开展阅读、如何知行合一。
于是，他们必然需要有人指引他们合理投资阅读时间、管理阅读时间、收益阅读时间；需要有人告诉他们那些书说了什么，有什么值得记忆的要点，和某某书有哪些区别等，要以最短的时间最有效地掌握书上的核心信息；需要有人向他们推荐相关领域的入门书目、必读书目、经典书目，让他们有机会成为知识型的企业家；还需要有人为他们创造以文会友、以书交友的机会，让他们遍识天下英雄，广交世上豪杰，开启头脑风暴，进行对话交流，进而促成业务合作、财富共享。
正是基于这样的认识，我最近就在策划一档以读书、评书、品书为主题的电视节目。
它将就某个话题围绕图书展开卓有成效的对话、交流，以便让读者朋友了解“出版的门门道道、思想的点点线线、社会的层层面面”。
我相信，这档节目将在国内电视节目形态上创造许多个第一：国内第一个全民读书类脱口秀节目！
国内第一个将购物模式植入内容过程中的节目！
国内第一个介绍出版业、图书业，让读者和作者面对面交流的节目！
国内第一个由专业人士对选书、买书、读书做有价值指导的节目！
而本套“商业与书”系列可视为这档节目的“预演”。
它是我上一本《财智书架2008：百部商业经典图书导读》(中国经济出版社，2009年版)的姊妹篇。
如果算上再早些时候的《读到财智：百部商业经典2007卷》(中国经济出版社，2007年版)和我与方兴东博士(中国“博客教父”“博客中国”和互联网实验室创始人、董事长兼首席执行官)合著的《21世纪的书：信息时代商业思想10×10阅读》，那么“商业与书”系列应当是又一本我的“好书指南”——一本有关介绍好书、评点好书、推荐好书的书，是一本对书“大书而书”的书。
它的出版只有一个目的：在种类繁多、鱼目混珠的商业图书市场，为追求经典阅读的你提供最优质的内容导读！
在最需要的时候，花费最经济的时间，读到最合适的书，从阅读中收获最大的回报。
而且无论何时何地，我希望读者朋友们都可以享受到这种切实有用的信息服务。
本系列丛书将坚定不移地致力于成为国内第一套专为商业人士打造的财经阅读指南系列出版物，旨在扮演好读书向导的角色，、帮你仔细阅读书库里的书，找出你所需要的书，然后帮你提炼出对今天商业世界最为实用、最为前沿的观点和见解。
为了创作《伟大CEO必读的50本书》和《时代精英必读的50本书》这两本书，我花了近两年时间。
每本书都收录商业好书50本、主题书评50篇、推荐图书50本，同时还附录人选图书的相关信息(包括中英文版、作者简介、内容提要、简要评论等)，可谓“一册在手，百书尽览”。
这些图书所关注的议题涉及运营管理、战略变革、领导艺术、市场营销、经济理论、企业与企业家、投资金融、人力资源、创新趋势、职场励志等十个门类，虽有点蜻蜓点水、走马观花的意味，但也尽力确保每篇文章在广度、深度和高度上的有机体现，绝非泛泛而谈。
当然，为了方便阅读，我在目录编排上作了适当创新(相对于我之前的几部作品而言)。
在这两本书中，我特别强调“必读”的概念，就是希望读者能引起重视，对于经典图书，我们要反复阅读，只有这样才能常读常新、常读常有。
目前市场上专为商业人士出品的图书导读不多，即便有，也多是对过去二十多年经典商业图书的选编、点评，在内容上没有及时更新，时效性远远不够。
另一方面，在我们目所能及的周围，充斥着太多这样的书，它们被冠之以“经典速读”“名著提要”“人生必读”，甚至是“一生不得不知的xx本书”。
但这类图书往往是剪刀糨糊一蹴而就的产物，在讨好着想短时间内做个知识分子的朋友们的同时，也被那些对待经典表现出严肃虔诚的同仁所反感。

孰优孰劣，孰好孰坏，笔者不敢妄加评判，只希望诸位读者不要以对待那些书的态度来对待本书。
本书虽然也是一本大杂烩，但整个创作过程中笔者是认真的，认真为中国商业人士提供一个便捷、快速且具有时效的财经图书“ 导读产品 ”。
智慧影响趋势，商业改变世界，我们应该对高端思想有所了解！
今天。
你读书了吗？

内容概要

《时代精英必读的50本书》是国内第一套专为商业人士打造的财经阅读指南“商业与书”系列丛书之一。
该系列丛书致力于填补一项空白：在种类繁多、鱼目混珠的财经图书市场，为追求经典阅读的你提供最及时、最全面、最优质的信息资讯服务，帮你提炼出对今天的商业世界最为实用、最为前沿的观点和见解！
成功的秘诀是在读书中不断丰富自己，放弃阅读就会使视野变窄、思维闭塞。
现代商业人士，虽然他们懂得在知识经济时代，读书是一种必备的技能，是成为专业主义、提升核心竞争力、追求卓越人生的必由之路。
但对于阅读，他们往往无所适从——不知道如何选择图书、如何开展阅读、如何知行合一。
于是，他们必然需要有人为他们“有效管理”阅读时间，“合理分配”阅读精力，以最经济的方法读到最优质、最经典的好书，从阅读中获取最大的回报。

作者简介

杨吉，浙江大学法学博士，智唐文化发展机构创始人、执行总监。
主要从事知识产权、互联网/新媒体、图书出版、影视娱乐产业方面的写作、研究和咨询。
长期为《21世纪经济报道》《商业评论》《中欧商业评论》《北大商业评论》《新营销》《管理学家》《中国经营报》《南方都市报》《上海证券报》《IT经理人杂志》《商学院》等媒体撰写财经书评。
曾出版畅销书《21世纪的书：信息时代商业思想10×10阅读》《独到财智：百部商业经典2007卷》《才智书架：百部商业经典图书导读》

书籍目录

01《21世纪的管理挑战》如同书名，德鲁克想做的是在21世纪尚未到来、20世纪即将结束的关口把下个世纪的商业蓝图给勾勒出来。
02《艾柯卡自传》艾柯卡的个人经历向我们展示了一个伟大的企业家该如何面对成功和失败，又该如何为自己的理想去奋斗和打拼。
03《奥巴马凭什么赢》今后，奥巴马究竟是一个什么样的人?他会成为一个什么样的总统?他将把美国带往何处？
他将如何决定世界的走向？
托马斯在书中埋下的伏笔也许会提供一些线索。
04《别做正常的傻瓜》当奚恺元在《别做正常的傻瓜》的序言里写下“你——正常吗？”的问语，它所要揭示的将会是许多正常而非理性的人在生活中、工作中、决策中所犯下的一系列错误。
05《长尾战略》知不知道长尾理论这个词不重要，重要的是能否亲身参与，以高效的行动力和执行力保障“冷门发大财”策略的实施；姜奇平的贡献在于他站在中国的本土，从中国的语境理解了长尾理论，并对其有所批判和发扬。
06《创新的迷失》《创新的迷失》最后没有给人们再一次打击，以从此对科技失去信心，心存绝望，它只不过让人们在经历了种种因为盲目、自大的创新败局后幡然醒悟——技术终究不是万能的！
07《创意经济》尽管弗罗里达的《创意经济》是冲着为美国“决胜未来”献计献策，但它同样给中国以一个警示——如果不靠资源消耗、人海战术与价格战，中国人拿什么去竞争明天？
08《达尔文密码》文明进步都是自生自发的，并不是人类理性主义建构的产物；孟庆祥贯彻了这种认识论，他指出，历史是在被动中前行的，犹如那些朴素的、带有宿命色彩的说法——合久必分、分久必合，盛极而衰。
09《大败局》李经纬和健力宝，顾雏军和科龙，唐万新和德隆，仰融和华晨，孙宏斌和顺驰，赵新先和三九……学新闻出身的吴晓波以他清晰的思路、专业的笔法、翔实的资料带我们回到过去，重温了这些企业家和他们企业的那些事、那些话。
10《公司名利场》尽管俞雷把《公司名利场》写得很灰暗，但他并不只是要让读者“聪明”起来，以彼之道还施彼身，还想让读者至少不是活在真空的浪漫中，所以他知道如何在不得不面对公司名利场的情况下，勇敢而智慧地去生存。
11《硅谷禁书》它不是禁书，而是一本再普通不过的励志书，它无非就是用大众哲学的方式来讲述成功之道；它像一本《九阴真经》，它不讲招数，只讲心法，看似无招，却胜过有招。
12《滚雪球》巴菲特的财商与生俱来、难以逾越，继罗杰?洛温斯坦的《巴菲特传：一个美国资本家的成长》之后，《滚雪球》的出版再次证明：巴菲特是学不来的，他的成功不可复制！
13《黑天鹅》塔勒布一定没想到，正是他的努力和贡献，让人们重提“黑天鹅”，再一次对不确定性有了较为确定的理解，而《黑天鹅》也在这样的不经意中成为了一只“黑天鹅”。
14《胡润百富榜》胡润的这本书，其实更像是一卷卷财富“列传”。
里面提到的一些富人，出生境遇不尽相同，各自有各自的起家方式，而终局命运却往往波诡云谲、天壤之别，在一定意义上，他们是中国商业生态的缩影。
15《激荡三十年》吴晓波以他冷峻、智性之笔再现了中国三十年辉煌的经济史。
《激荡三十年》，如同书名所示，在吴晓波为中国重大历史时刻补白的同时，也为那个充满变数的年代确立了基调——激荡。
16《即战力》当年，大前研一呼吁人们“当务之急乃是准确地理解全球经济”；十八年后，类似的启蒙已不再必要，他要做的是如何把问题细化，细化到全球化背景下专业人士的修炼与培养。
17《简单法则》《简单法则》首次对“如何简单”作了全面而又深入的探讨，给人以清晰、透彻的指引，从而帮助人们将简单转化为产品、服务最重要的特色。
18《卡内基沟通与人际关系》卡内基说，他的那些规则得去实践，因为这是一种全新的生活方式。
在这个意义上，我们或许能理解为什么卡内基每次谈到他的作品，都郑重其事地宣称：这是一本行动

的书。
19《开放中国》《开放中国》试图对30年的改革予以考察。
按它的说法，记录荣与衰，权衡利与弊，评议长与短，分析得与失。
20《克鲁格曼的预言》本书是一部关于在21世纪最初几年美国如何一步步误入歧途的纪事，更确切地说，是小布什政府上台以来一系列的“倒行逆施”如何在政治、经济上把美国推向万丈深渊的回顾。
21《客户的游艇在哪里》施韦德用它记录了对当时华尔街金融生态的所见、所闻、所思、所想，而主题只有一个：能嘲讽的就大加嘲讽，能批判的就横加批判，把心一横，绝不手软！
22《跨越文化浪潮》本书试图要对三件事予以回应：第一，批判“世上有一种最好的管理和组织方式”的论调；第二，如何认识和应对商务经营中的文化差异；第三，为国际公司解决“全球化”与“本土化”的两难冲突提供文化视角。
23《门口的野蛮人》纪实性的报道，令人瞠目结舌的事件，记述了RJR纳贝斯克公司收购的前因后果……详尽而充分地叙述了多边厮杀的真情实况，再现了华尔街金融操作的风风雨雨。
24《旁观者》德鲁克自谦为这个时代的“旁观者”，而在我看来，其实他早已超越，成为时代的“解读者”。
当他说出“社会终究是由许许多多的个人和他们的故事组合而成”的时候，他的冷静、睿智和深邃使他对这个时代的见证和洞察更像是一个哲学家，而不仅仅是一个管理学大师。
25《乔治?路易斯大创意》才华横溢、快人快语、离经叛道、独具一格……我们说的这个人正是乔治?路易斯，广告界的艺术派骑士、天才和怪才的复合体，一个被称为“麦迪逊大道上穿着灰西装的疯子”的人。
26《请克林顿吃饭》人际网络将是面对未来不可或缺的武器；要想在事业上获得成功，构建人际网络至关重要，而本书正要探讨的是“怎样有效地与人相处，如何获得增值，如何合作，如何实现共赢”。
27《全球化为什么可行》毫无疑问，《全球化为什么可行》算得上有史以来对全球化最经典诠释和最深入剖析的一本著作，而马丁?沃尔夫的乐观将给我们对全球化以信心和期望。
28《社交商》它没有突破《情商》，也没再颠覆任何既有的观念。
它只是借助《情商》的立论基础，用脑科学领域的最新发现来论证大脑对人际交往的影响。
29《石油大博弈》耶金说明的问题何尝不是我们要严肃思考的问题？
石油就是金钱，石油就是权力，倘若某一天世界上最后一口油井干涸，现代文明又将何去何从？
30《世界是平的》这本书会因为叙事的宏大、话题的深远、细节的繁复博得读者青睐。
可惜，这不能代表全部，尤其对一部思想性作品来说，这才刚刚开始。
31《说谎者的扑克》之所以取名“说谎者的扑克牌”，作者的本意在于想借用华尔街上金融家们常玩的一种以实行心理欺诈为冠的闲余游戏作为隐喻，力图重现华尔街光鲜背后不为人所知的秘密，或者说得爆炸性一点，就是丑闻。
32《思考的利器》对于《思考的利器》，我认为“用”它的意义多过于“读”它的意义，毕竟，它是一本讲究工具的书，而工具的优劣是要在实践中得以被证明的。
33《思想的未来》作为一个法律人，一个知识分子，一个怀疑主义者，莱斯格相信对他而言最为艰巨的任务就是设法使大家重新思考那些深信不疑的东西，而他所面对的挑战正是去播撒怀疑的种子。
34《为什么我们的钱变薄了》罗斯巴德发出的警告的意义让人们重新认识到货币问题的严重性、紧迫性和危机性。
就此看来，哪怕罗斯巴德的理想最终还是无法实现，但它的现实价值甚至比当初提出时都显得更为重大。
35《为什么中国人勤劳而不富有》陈志武把他从西方学来的知识体系、方法论运用于观察中国的实践，他的首要任务是对人们关于金融、关于剥削、关于高利贷、关于市场交易到底能不能创造价值、关于商业交易商人除了赚钱以外到底还能给社会带来什么等基本性的理念做一些全方位的梳理，以消除过去很多误导性和破坏性的成见。
36《未来的社区》彼得?德鲁克预见到，今后，人们的任务将会是创建一种前所未有的城市社区；与历史上的传统社区不同，城市社区应该是自由自愿的，并且也要为城市中的个人提供机会，让他们取得

成功，作出贡献，脱颖而出。
37《未来的组织》这是一本有内容价值的书，需要细细研读。
强烈建议你们：“不要一口气读完，而是每次只读一两章，然后仔细思考和揣摩大师的智慧，让大师成为你成功迈向未来的良师益友。
”38《草根媒体》40年前，当时还是默默无闻的一代传播学大师麦克卢汉以一本《理解媒介》一举成名，成为传媒追捧的风云人物；如今，丹?吉尔默以《草根媒体》作为书名，显然是内含麦克卢汉般的野心，要为以博客为代表的真正新媒体发表独立宣言。
39《新世纪谈判全攻略》好的谈判就像是“庖丁解牛”，不管问题多棘手，也要理顺其“肌理”，要弄清楚其中的来龙去脉、掌握整个态势走向，并知道如何借力使力，强与弱、收与放，在谈笑之间、游刃有余、兵不血刃地取得了胜利。
40《信息规则》这本书之所以经典，主要在于两位经济学家在听到“新经济”以及当中大量的新词汇后，便“识时务”地用经济学领域中的规律来分析所谓“新经济”的案例与问题。
41《学学艺术家的减法创意》常言道：“无知者无畏。
”在兰格那里，“无知者”还可以是艺术家、创意者。
当人们将障碍移除，专注于事物本身，体验真实的自我，也许创意的到来就不再是一件很为难的事了。
42《野蛮生长》爬格子的没有冯仑的经历，搞商业的没有冯仑的文采，做学问的没有冯仑的务实，这意味着读冯仑的文字——《野蛮生长》会是一种享受。
43《引爆点》如果你对马尔科姆的观点还抱有怀疑，不妨看看他的这本《引爆点》的流行程度。
有意思的是，这本书也经历了一个引爆点……有时候，原来流行就是这么简单。
44《影响历史的商业七巨头》的确，如果你想了解美国的商业世界是如何创立的，那么这是最易理解，也是分析最透彻的一本书；而对那些喜欢文笔优美、思想闪烁的作品的人，本书也会使之眼前一亮。
45《鱼向反向游》当人们向左，我们向右。
从营销学角度讲，这就是差异化生存。
追求差异行为就是不要随波逐流、不要碌碌无为、不要默默无闻。
46《真实的亚当?斯密》本书要记述的斯密，不是被经济学家神秘化了的斯密，也不是被政治学家简单化了的斯密，而是要还原出一个警惕机敏、求实务实、细心谨慎、温文尔雅、有条不紊的真实的亚当?斯密。
47《中国人的管理逻辑》因为中国人商业逻辑的起点往往是残缺且错误的，所以无论中国传统文化中埋藏着多么丰富的知识宝藏，对于商业借鉴而言，首要做的就是梳理和分辨中国传统管理思想的因果逻辑关系，并且需要现代的“组织与科学管理”的启蒙教育。
48《终结次贷危机》“非理性繁荣”为希勒带来了声名、荣誉，这是连希勒也意想不到的。
但试图从一个畅销书作家或学术明星来理解希勒是危险的——公众大多喜欢他创造的名词，而非其内容。
49《咨询的奥秘》所谓“咨询”就是“应人们的要求去影响他们的艺术”。
然而，在这里，杰拉尔德?温伯格却给各位泼了一盆冷水，他说“咨询并不像看起来那么容易”，并且，做好它是如此艰难。
50《自由选择》和早期的著作《资本主义与自由》相比，弗里德曼在《自由选择》中对自由主题的阐述则更加完备和深入。
如果说，前者的主旨还在于向人们鼓吹自由市场的重要性，以消除人们对它的疑虑的话，那么后者则更进一步抨击政府管理经济的不合时宜。

章节摘录

李·艾柯卡，22岁以推销员的身份加入福特公司，25岁成为地区销售经理，38岁成为福特公司副总裁兼总经理，46岁升为公司总裁。
他创下了空前的汽车销售纪录，公司获得了数十亿美元的利润，从而成为汽车界的风云人物。
54岁被亨利·福特二世解雇，同年以总裁身份加入濒临破产的克莱斯勒公司。
6年后，创下了24亿美元的盈利纪录，比克莱斯勒此前60年利润总和还要多！
艾柯卡也成为美国家喻户晓的大人物、美国人心目中的英雄。
威廉·诺瓦克，美国著名财经记者、演讲家，著述颇丰。
在本部作品中，“他的写作手法让本书完美保持了艾柯卡原汁原味的风格”。
《艾柯卡自传》：一个男人的战斗“你们即将读到一个成就非凡的男人的故事。
”艾柯卡毫不掩饰他对成功的享受，对自我的肯定。
这是一个喜欢直言不讳，做事雷厉风行的人。
无论在美国本土，还是在全球范围内，艾柯卡都是以一个商界传奇的形象出现。
正是他的力挽狂澜，把一个即将宣告破产的克莱斯勒拯救过来！
这一战无疑让艾柯卡再次声名鹊起，重新成为媒体和公众关注的焦点。
而正是同一个人，在几年前因为“公司政治”被福特公司炒了鱿鱼，事业一下子跌入谷底。
当时艾柯卡54岁，这无疑是一个极为尴尬的年龄：退休吧，太早了些；创业吧，又太老了些。
所以，对“汽车的一切已经融入了血液”的艾柯卡来说，最好的选择还是留在汽车制造业。
那个时候，雷诺汽车公司向艾柯卡发出了邀请，聘请他当该公司的全球顾问(毕竟，艾柯卡在福特公司的业绩有目共睹)，这个职位不需要负太多责任，轻松而又自在，对已然功成名就的艾柯卡而言，非常合适，不会因此而损害既往的英明。
但是艾柯卡拒绝了这样的选择。
他的回答是：“我不是当顾问的料。
我对完全投入的工作有股狂热。
我爱直接负责做事，做成了，那是我的光荣；失败了，我愿意接受惩罚。
”搞汽车的都需要一种热血精神，这一点在艾柯卡身上表现得尤为明显。
他被迫离开福特转而选择濒临溃败边缘的克莱斯勒，他知道，接下来的挑战异常巨大。
有多少颗心期待着艾柯卡带来的奇迹，又有多少双眼睛等着看艾柯卡的失败。
“被福特开掉已经够糟了，现在还要跟着克莱斯勒一起灭亡，那实在太残酷了。
”艾柯卡本来可以坐享其成，优哉游哉地生活，例如当个顾问、上个电视、写个专栏、做个演讲之类，但有着强烈意志的他决心从哪里跌倒便要从哪里爬起。
既然他已把大半辈子投入在汽车制造业上，那么对汽车近乎狂热的他没有理由不让下半辈子也是如此。
当然，还有一个很重要的原因，艾柯卡的坚持就是要向福特二世(福特汽车创始人老亨利·福特之孙)“报复”，好让他知道假公济私开除自己是一个多么严重的错误。
后来的事实证明，艾柯卡无法在福特实现的很多政策、措施，在克莱斯勒一一实现，并取得了卓越的成效，仅仅6年时间(也就是离开福特后的6年时间)，艾柯卡就让克莱斯勒起死回生。
而此时的福特汽车，却因经营失策和管理不当使其辉煌从此成为过去，在很长一段时间内一蹶不振。
艾柯卡和福特二世的两人决斗，最终以艾柯卡的完胜而告终。
艾柯卡用传统的美国方式——在市场上击败他——扳了回来。
艾柯卡终于可以长舒一口气，他当初放弃雷诺投奔克莱斯勒的决定是对的，他在福特、在克莱斯勒的种种改革措施是对的，他对汽车业的观察和认识以及在此基础上的管理实践也是对的。
艾柯卡把大部分生命给了汽车，因此他当然可以赢回一个伟大的汽车事业，他似乎天生就是搞汽车的。
曾有人对艾柯卡作出如下评论：“人们喜欢他的人品，尊敬他的才能，他就像磁石一样吸引着其他有才能的人们为他工作。

他在政治上深得人心，像艾森豪威尔一样为社会作出巨大贡献，像杜鲁门一样态度坦率，讨人喜欢，还像里根和汉弗莱一样充满了活力。
”就这一点来看，艾柯卡已超越了商人的身份，不再仅仅是一个企业家这么简单。
他在克莱斯勒任职期间，为挽救濒临破产的公司四处游说，最终成功说服国会批准15亿美元的贷款。
艾柯卡的很多本领和手腕都是政治家才拥有的，这当然也就说明了一个领袖级的企业家往往要有政治家的魄力、胆识和精神。
艾柯卡便是这样的人。
在克莱斯勒的这几年让他重新登上巅峰。
很多人认为艾柯卡会去竞选总统，认为他可能是美国真正的领袖。
“光是这件事本身就足以让我感到最大的满足了。
”艾柯卡面对逆境、压力，没有就此退却，反倒是愤怒让他及时化悲愤为力量，创造出了新境界。
在艾柯卡身上，人们可以读到一组关键词：奋斗、拼搏。
艾柯卡有一段话值得我们记忆，他说：“我懂得了一个亲密无间的家庭可以给人以力量；我懂得了奋斗，即使时运不济；我懂得了不可绝望，哪怕天崩地裂；我懂得了世上没有免费的午餐；我懂得了辛勤工作的价值。
最后，就会大有作为。
”艾柯卡的个人经历向我们展示了一个伟大的企业家该如何面对成功和失败，又该如何为自己的理想去奋斗和打拼。
如果说，艾柯卡最终是以卓越的领导能力和超人的改革胆识带领克莱斯勒走出泥潭，让自己绝处逢生，倒不如说，艾柯卡的成功之处在于他永不放弃的强烈意志。
当他战胜了别人、证明了自己的时候，实际上，他所做的只是像一个真正的男人那样去战斗，仅此而已。
P8-10

媒体关注与评论

借助杨博士的努力，我们的读者有福了，因为我们可以更有效地找到“ 对的书，合适的书 ”。
然后，才开始下一阶段的“ 如何读好书、做学问、谈应用 ”，“ 穿衣时不要扣错了第一个纽扣 ”。
——陈朝益 国际认证企业教练、前英特尔中国区总裁及首席代表 对于众多爱好阅读的商业人士来说，如何选择合适而有价值的图书一直是一个令人困惑的问题。
杨吉的工作实在是太有意义了!作为一个财经写作者和出版人，我非常愿意推荐“ 商业与书 ”系列。
——吴晓波 蓝狮于图书出版人、北京大学中国企业史研究室主任 每天周旋于繁琐工作的商业人士，忙到几乎没有时间去读一本书，但他们却迫切地需要更多、更快、更好、更省力地了解最前沿的商业和管理思想。
感谢杨吉的工作，他在浩如烟海、良莠混杂的财经图书中，给我们精挑细选出了上乘的精神食粮。
——胡浩《商界评论》执行主编 如今，书多得令人恐嗅，概念繁杂得让人望而生畏，但杨吉先生的书是我们漫步书海的导航，将最值得阅读的好书送到我们面前。
——贺志刚 IT经理世界杂志社副总编 荐书其实是披沙拣金，在比较参照中发现价值。
杨吉先生以其专业素养、独到的眼光和生动的语言，在“ 书海 ”中捞出了一本又一本岁月难掩其智慧光芒的好书。
——孙全胜 《新营销》主编

编辑推荐

《时代精英必读的50本书》为该系列丛书之一，为追求经典阅读的你提供最及时、最全面、最优质的信息资讯服务，帮你提炼出对今天的商业世界最为实用、最为前沿的观点和见解！

第一图书网, tushu007.com

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