

<<企业战略的长生之道>>

图书基本信息

书名：<<企业战略的长生之道>>

13位ISBN编号：9787504738516

10位ISBN编号：7504738514

出版时间：2011-6

出版时间：中国财富出版社

作者：愚公

页数：182

字数：209000

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>

<<企业战略的长生之道>>

内容概要

愚公的这本《企业战略的长生之道》，不仅蕴含着深深的中国智慧，更值得注意的是，他力图用现代语境，甚至用规范的学术语言来表达这种智慧。

这种横贯中西与古今、融会理论与实践的作品，竟出自一位银行家之手。

这是一个令人欣喜的信号：中国企业家们开始进行系统的理论思考，尽管这仍处于一个很初级的阶段。

有了企业家群体的参与，中国管理思想的形成也就开始进入突破阶段。

前些日子与一位知名的企业家谈及这个话题，他也深有同感。

他认为，未来的管理学理论一定出现在中国，因为影响世界经济发展的主要事件都发生在中国，相关的理论一定会在此而诞生。

中国不仅为世界贡献制造能力，更应该为人类贡献管理理论与管理思想。

这不仅是我们理论研究者的使命，也是中国企业家的使命。

收笔之时，已当午夜。

窗外，盘阳河水哗哗流淌。

这盘阳河水经过80多公里的地下潜行，在此奔涌而出。

长期的韬光养晦，造就了这奇特的小分子弱碱性水，成就了这一处世界知名的长寿之乡。

中国的管理界人士，也能为世界创造另一种惊喜吗？

《华夏智库·金牌培训师书系》系是由中国物资出版社和华夏智库培训中心共同打造的本土原创畅销书系。书系致力于中国本土企业经营战略、运作管理、人力资源优化及营销模式等方面的研究，涵盖战略、管理、人力资源、营销、个人成长5大板块。

具体内容涉及企业战略、决策力、领导力、商业模式、资本运营、执行力、中层管理、管理技能、团队建设、沟通技巧、危机管理、绩效考核、薪酬福利、市场营销、营销管理、品牌经营、营销策划、网络营销、国际贸易、渠道建设、经销商管理、销售技巧、商务谈判、电话销售、门店销售、客户服务、大客户销售、人际关系、形象礼仪、职业素养等30个小项。

打造中国本土原创经管书系是我们的工作，建立中国特色的企业管理运作理论体系是我们的责任！

与您牵手，共创华夏盛世，愿我们共同努力！

<<企业战略的长生之道>>

作者简介

王军生，笔名愚公，1957年出生，山东烟台人，高级经济师，从事金融工作30余年。

中信银行总行级兼职讲师。

中国人民大学农业与农村发展学院兼职教授。

济南大学管理学院客座教授、外聘硕士生导师。

<<企业战略的长生之道>>

书籍目录

第一章 战略新思考

- 第一节 三个引人思考的故事
- 第二节 小企业、大市场
- 第三节 有效资源组合的叠加效益
- 第四节 中小企业的发展之道

第二章 不确定的市场环境

- 第一节 捉摸不透的外部环境
- 第二节 虚体经济与实体经济的变幻
- 第三节 全球经济下的三大经济圈
- 第四节 市场需求的四种形态
- 第五节 云海景象的清楚辨别
- 第六节 企业与市场生存环境

第三章 小企业大舞台的战略

- 第一节 把自己做大
- 第二节 把市场做大
- 第三节 善于借势者胜

第四章 五种战略资源的组合

- 第一节 三种竞争优势
- 第二节 长生有道
- 第三节 统一战线
- 第四节 借势而为

第五章 市场预测先人一步为卜

- 第一节 对市场变化的预知
- 第二节 企业的长生战略
- 第三节 保持先行一步
- 第四节 市场学习力就是悟高为师

第六章 创造战略发展机会

- 第一节 见所未见
- 第二节 创造机会
- 第三节 企业家的自我修炼
- 第四节 战胜自己
- 第五节 战胜对手
- 第六节 适应不同的市场变化
- 第七节 善打组合拳
- 第八节 通往下一站的车票
- 第九节 职业生涯六部曲
- 第十节 职业生涯路路畅通

第七章 战略之上的财务运作

- 第一节 战略财务新思考
- 第二节 财务的五种引力
- 第三节 财务模式从技术、艺术到魔术
- 第四节 财务运作的昨天、今天和明天
- 第五节 构建战略财务的“体、圈、场”
- 第六节 战略财务下的企业赢利模式
- 第七节 战略财务下的企业资金运作模式

<<企业战略的长生之道>>

第八节 战略财务下的企业融资模式
后记 跨越市场严冬之后的春天

<<企业战略的长生之道>>

章节摘录

规模庞大的企业为什么也会变成纸老虎呢？

这是因为规模庞大的企业也具有这种两面性：当市场扩张的时候，企业之间的竞争是资源的竞争，企业规模庞大是一种竞争优势；当市场急剧萎缩的时候，企业之间的竞争是成本的竞争，企业庞大的规模会成为一种竞争劣势。

企业庞大的规模要求企业有持续的现金流来作为支撑，一旦企业正常经营收入出现减少，规模庞大的企业将更容易倒下。

恐龙之所以消失，就是因为恐龙没有在最低层次上的生存能力，就是不具备对底线的承受能力。如果按倒推论来看恐龙消失可能有两个原因：一是周围生态体的资源总量无法支撑恐龙巨大的资源消耗量，二是恐龙巨大的资源消耗量对周围生态体的和谐造成了极大的破坏。

恐龙在把自己做大的同时，也就把自己给做没了，这给了我们一个极大的启示：形大未必神大。

因此，企业在把市场做大做强，就要谋控制能力；在把核心体做专做优之后，就要谋承受能力；在把战略的变化放宽放远之后，就要谋预知能力。

正如红楼梦智囊扁所言，身后有余忘缩手，眼前无路想回头。

有时正是市场规模扩张时的繁荣景象，使得企业忘记了市场规模萎缩时的生存危机，因此庞大的规模对企业的持续成长和生存而言未必合适。

企业战略的长生之道的核心战略是五和战略，是一种智者借力而行的合作战略，是一种“君子而不同”的“和战略”，也是一种市场竞争中的核武器的“核战略”。

企业战略的长生之道的最高境界是预知为上。

借用鬼谷子的话来说就是：“古之大化者，乃与无形俱生。

反以观往，覆以验来；反以知古，覆以知今；反以知彼，覆以知己。

”只有预知，才能实现“一步领先，步步领先”；只有预知，才能做到“一步到位，步步到位”。

企业战略的长生之道的战略素养是创造机会，真正持久的机会永远都是企业自己创造出来的，正所谓在没有路的地方走出路来才是机会。

企业战略的长生之道的战略意图是帮助起步中的中小企业做到“强身健体，借助外力”，帮助危机中的中小企业做到“另辟新径，化险为夷”，帮助主导中的中小企业做到“保持三种竞争优势，持续引领市场潮流”。

<<企业战略的长生之道>>

媒体关注与评论

战略管理不是一个魔术盒，也不只是一套技术。

战略管理是分析式思维，是对资源的有效配置。

计划不只是一堆数字。

战略管理中最为重要的问题是根本不能被数量化的。

——彼得·德鲁克 企业所采用的策略应能够打破正常的产业发展进程，并创造不利于竞争者的新的产业条件。

——伊恩·C.麦克米伦 战略制定者要在所取信息的广度和深度之间做出某种权衡。

他就像一只在捉兔子的鹰，鹰必须飞得足够高，才能以广阔的视野发现猎物，同时它又必须飞得足够低，以便看清细节，瞄准目标和进行攻击。

不断地进行这种权衡正是战略制定者的任

<<企业战略的长生之道>>

编辑推荐

一本专门为中国本土中小企业打造的企业期、发展期、成熟期的战略指南。

<<企业战略的长生之道>>

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>