

<<核心价值>>

图书基本信息

书名：<<核心价值>>

13位ISBN编号：9787512301528

10位ISBN编号：7512301529

出版时间：2010-5

出版时间：中国电力

作者：邓正红

页数：232

字数：267000

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>

<<核心价值>>

前言

在经济全球化趋势的拉动下，尤其是国际金融危机的催化，中国经济正进入转型和升级阶段，凸现企业软实力这一新型战略思维。

金融危机在影响中国经济的同时，也给中国电网企业带来前所未有的冲击。

电力供应能力未能充分释放，行业经济效益大幅下滑，在这样一个严峻时期，中国电力行业如何发展？

广大电网企业如何在困局中突围？

我国电网企业迫切需要掌握企业软实力理论，整合有限的电力资源，实现价值创新和资源增值，迎接新能源时代的到来。

电网企业在电力产业链中处于关键的一环，电厂发电需要电网企业销，客户用电需要电网企业供，换言之，电网企业两头不愁，不愁资源，不愁客户。

因此，长期以来，我国电网企业在各行业中具有极强的优越感和十分明显的优势地位，应该说，这种格局是在长期的计划经济条件下形成的。

然而在市场经济条件下，电网企业的职能就不是简单的销和供，而是要通过运营电网，将资源优势和客户优势充分发挥出来，从而不断提升电网企业自身的价值。

过去，电网企业吃的是“资源饭”，现在简单的“资源饭”很难维持电网企业的生存发展，而要改吃“资源增值饭”。

就是说，电产品进入电网系统后，电网企业要通过电产品获取利润，就要想方设法让电产品增值，而要实现电产品增值，就得看电网企业运营电网的水平 and 能力。

吃别人送来的“资源饭”，属于最原始的硬实力流通，企业只是简单的运输工具，无法体现企业的价值所在；吃自己创造的“资源增值饭”，属于最高形态的软实力经营，企业就像一座价值熔炉，将别人的产品打上自己的个性烙印，提升产品的附加值，自然彰显企业自身的价值。

国家电网公司的成立，标志着电网企业随着市场经济体制的进一步深入，职能发生了根本性的变化。

作为关系国家能源安全和国民经济命脉的国家重要骨干企业，国家电网公司肩负着十分重要的经济责任、政治责任和社会责任。

<<核心价值>>

内容概要

核心价值是企业软实力的灵魂，价值创新是企业软实力的最高形态。

企业核心价值体系由基本价值和核心价值构成。

基本价值在于履行社会责任，是企业的生存线，体现企业共性，是企业的基本软实力；核心价值在于创造新的价值，是企业的生命线，体现企业个性，是企业的核心软实力。

本书以企业软实力理论为脉络，紧密结合电网企业的价值实践，以核心价值为统领，就电网企业如何推行软实力战略、如何摆脱现有的企业文化思维，围绕客户的个性价值需求，深入剖析电网企业的基本价值、核心价值、品牌价值和企业文化，指导电网企业依照企业软实力要求建设企业文化，促进电网企业的软资源向软实力转化，不断提升电网企业价值，推动电网企业持续科学发展。

<<核心价值>>

作者简介

邓正红

中国软实力权威专家、企业未来生存管理思想创立者，独创邓正红企业软实力理论，填补国内企业软实力理论空白，引领中国企业软实力学术潮流。

知名财经IT网站和平面媒体专栏专家、特约撰稿人，现为中国软实力建设委员会常务副主任、北京中企慧博企业管理咨询中心总

<<核心价值>>

书籍目录

总序 企业软实力—核心价值+商业模式前言 抓住最具价值的关键少数第一章 电网企业的软实力战略
一、企业软实力战略 二、企业软实力的战略效应 三、电网企业的战略重心 四、电网企业的软实力路线
第二章 电网企业的基本价值 一、基本价值关乎企业生存 二、做合格的企业公民 三、诚信是电网企业发展的基石 四、致力建设绿色安全电网
第三章 电网企业的核心价值 一、核心价值决定企业个性 二、核心价值=企业优势+客户价值 三、服务是电网企业的价值核心 四、创造客户价值是电网企业的本源
第四章 电网企业的品牌价值 一、品牌个性与核心价值 二、品牌实力与品牌势利 三、建立统一规范的电网企业品牌 四、打造电网企业强势品牌
第五章 电网企业的核心之道 一、核心及核心力量 二、核心价值的延展路径 三、电网企业的核心经营 四、电网企业的核心管理
第六章 电网企业文化与核心价值 一、企业文化源于核心价值 二、核心不变，文化在变 三、电网企业的“文化投资” 四、电网企业文化的继承与创新
第七章 电网企业文化的价值评判 一、企业文化的评判模式 二、企业文化的四种类型 三、电网企业文化诊断分析 四、电网企业的文化整合
第八章 电网文化与电网软实力 一、企业文化 企业软实力 二、企业软实力的特性 三、电网企业文化精确落地 四、从电网文化到电网软实力
第九章 电网企业软实力建设的最佳时机 一、电网企业的创业阶段 二、电网企业的变革阶段 三、电网企业的危机阶段 四、电网企业的项目建设阶段
第十章 电网企业责任与电网企业创新 一、基本软实力在于做人 二、电网企业的社会责任 三、核心软实力在于做事 四、电网企业的价值创新后记：方向不对，一切都是做无用功

章节摘录

四、电网企业的软实力路线 电网企业的软实力战略重心落在资源、价值和用户上，那么，软实力战略应该沿着怎样的路径向前推进呢？

企业软实力是基于特定市场、用户价值、企业历史、文化背景，经过一段时间经验和知识的积累建立起来，是企业中最具个性的能力和习惯，所以，电网企业的软实力路线包括两方面：一是习惯的养成，二是能力的培养，而且从一开始就必须打上企业个性的烙印。

企业软实力是由一个个事件点连接起来的，每个事件点可以是一个项目、一项具体工作或一个简单的操作行为，但是每个事件点必须体现价值的内涵，做事的初衷必须秉持企业的核心价值，做事的过程必须体现资源的效能和效率，最终的结果必须以满足用户的个性价值需求为归宿。

因此，每个事件点的价值运作是一个闭环，起点是企业的核心价值，终点是用户的个性价值，起点和终点是重合的，其过程中就是通过企业独特的资源整合能力来完成，最终实现资源的增值。

企业软实力路线就是软实力累积的轨迹，企业通过事件点完成的每一个价值闭环，都是在促进企业个性习惯的养成和核心能力的培养，如此持续下去，就会形成强大的势能，确保企业可持续发展。

按照事件点价值运作规律，电网企业的软实力路线概括为十六个字：坚守核心，突出个性，拓展能力，持续整合。

1. 坚守核心 企业的核心就是核心价值，任何时候都不能动摇。

企业核心价值是企业最具价值的无形资产，并且在不断地创造新的价值。

企业价值观是企业的“核动力”源，其能量渗透到企业的目标、战略、政策、日常管理及一切活动中，反映到每个部门、每个职工、每个产品上，也辐射到企业的外部。

企业核心价值能焕发全体员工的责任感、荣誉感、工作热情和创新精神，由表及里地约束、引导和激励着全体员工的行为乃至整个企业的行为，形成企业软实力，给企业带来巨大的收益。

<<核心价值>>

媒体关注与评论

作为全球最大的公用事业企业，近年来，国家电网公司进入了新的历史发展阶段，取得了令人瞩目的发展成就，具有了高度的凝聚力、创新力和影响力，在世界500强企业排名连年提升。邓正红以其独创的“企业软实力=核心价值+商业模式”这一理论公式，结合电力行业特点和电网企业实际，担纲撰写的这套《电网企业软实力丛书》，首次全面、系统而科学地反映了国家电网公司软实力建设的成就，尤其是将企业软实力最新研究成果与电网企业软实力建设的特色实践有机地结合起来，值得广大电网企业经营管理人员阅读。

——管益忻 中国决策科学院院长。

中国发展战略学研究会副理事长，清华大学文化创意产业研究中心首席专家 随着国内、国际市场的日益激烈，竞争的成败胜负越来越取决于软实力的强弱，国家电网公司进行了广泛而深入的软实力建设实践。

这套《电网企业软实力丛书》，是电网企业根据软实力的涵义，在实践中不断探索、总结、提炼出来的。

由于该丛书源于实践高于实践的软实力规律性的东西，所以，它有很大的现实和指导意义，对其他行业也具有参考和研究价值。

——潘承烈 中国企业联合会、中国企业家协会副理事长，中国企业管理科学基金会副会长，中国古代管理思想研究会会长，清华大学经济管理学院兼职教授

<<核心价值>>

编辑推荐

国内首部依照软实力理论体系研究电网企业软实力建设丛书！

中国决策科学院院长、中国发展战略学会研究会副理事长管益忻教授，中国企业联合会、中国企业家协会副理事长潘承烈教授联袂推荐！

《核心价值》一书告诉我们，如何摆脱现有的企业文化思维，抓住电网企业最具价值的关键少数，开展企业软实力建设，并按照企业软实力要求进行企业文化建设，实现软资源向软实力的转化。

<<核心价值>>

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>