第一图书网, tushu007.com

<<中国式执行力>>

图书基本信息

书名：<<中国式执行力>>

13位ISBN编号：9787801287670

10位ISBN编号：7801287673

出版时间：2006-4

出版时间：中国言实出版社

作者：李志航

页数：339

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

内容概要

在中国这片土地上，活跃着这样一批人，他们业已功成名就，他们是亿万富翁，他们是本行业中叱咤风云的人物，他们的名字与我国的经济紧密相连，他们的某一个举措有时会影响甚至有可能改变我们的生活，他们就是站在中国经济潮头的优秀企业家们。

在经济快速发展的今天，人们对成功的渴望比以往更加强烈。
所以，人们在羡慕他们成功的同时，也在探求他们成功背后的原因。
他们是每个渴望成功人士的榜样，他们的成功事例激励着每个正在努力奋斗的人。

作为企业家，他们的成功与他们的管理是密不可分的。
然而管理只是一种手段，从这方面也可以反映出他们的内在素质。
他们的性格如何？
品质怎样？
无一不决定着他们的管理手段和价值取向。

毋庸置疑，勤奋和执著对于成功肯定是非常重要的。
财富是人人都向往的，却并不是人人都能拥有的。
占有财富也不是我们的最终目的，追求过程才是最重要的，只要功夫到了，财富自然会随之而来。

外国有句谚语：“没有痛苦就没有收获。
”　这些优秀的企业家们在关键时刻把握机遇的能力以及他们的创业精神是非常值得学习的。
而且，正是他们，改变了中国人在外国人心中的财富形象。

<<中国式执行力>>

书籍目录

前言强者自有争胜之道——张瑞敏打造强势的魄力张瑞敏说：“ 永远战战兢兢，如履薄冰。
”创立品牌，才能决定一切突破传统的套路用人是成功的第一因素为什业补充文化养料兵贵神速乃为制胜法宝果敢出手，采取抢滩战术做攻占市场的英雄——宗庆后的强力生存术磨砺让成功更牢固非常定位创造非常产品经商要有良知眼光长远，才能做大生意想办法塑造名牌的效应营销大师均有独特思路做大事不能靠别人而要靠自己——柳传志最擅长的摸路术天下所有的成功都出自于志向站在高处览下用绝“ 资本扩张 ”术靠战略目标立天下大胆进行产权革命打造自己的未来舰队以人为本，激励人才的干劲做自己最喜欢做的事重新开拓自己的路子绝不少挺进的斗志——刘永好连续起跳的策略从零开始起步不畏强手，敢于迎头而上经商要逆流而上多点开花是聪明之举以平常心对待财富争当一个出众的“ 知本家 ”成事三大：大策划、大手笔、大作为——鲁冠球“ 树上开花 ”的经营之道活着就是要绝处逢生抓好质量是第一位的经商是种雄才伟略放大眼光看市场狠抓管理决定企业生命善运资本，处处皆为活路打天下必须要有进军手段重视人才是做大的开始打出文化牌打造天下的恒心与毅力——李书福做大商道的胆识成功离不开“ 积累 ”两字立大志才能做大事从游击队转为正规军以“ 物美价廉 ”为商道关键时刻做到“ 三分天下 ”力图改革，不留任何情面再度牵手打天下找到壮大实力的策略军师谋划者赢得大利——潘石屹经营的品位魔块不与众人合流自立门户，开拓成功的局面善玩概念与思想前卫并举细节为王与意识超前可以赢得顾客反客为主是克服危机之术施展经商冲击波注重境界是一种品味对抗逆境乃为巨人——史玉柱“ 立竿见影 ”的大手段善于放弃，重新选择人生必须更上一层楼到新天地中证明自己成败皆时势所定东山再起方为英雄好汉铸造自己的财富神话——荣智健的“ 杠杆原理 ”自己要做自己的事彩虹总在风雨之后经商是一种闯荡齐心协力攻难关成功两法：兼并与逐鹿操作资本的一等高手——邵逸夫稳中取胜之道冲破十面埋伏的危境避实就虚能解决大问题成就霸业的扎根术重金用人是待人之道审时度势才

章节摘录

强弱之分在于争胜的技巧。
张瑞敏在经营海尔梦想时，敢于 强化自己的实力。
打造强势局面，显示出强者的魄力。
这是财富 英雄的姿态！
19年前，当张瑞敏接管了青岛～家濒临破产的冰箱制造厂 时，他没有想到会将这家厂子的规模扩展至国外，并把它打造成 一个响当当的品牌——海尔集团。
海尔目前不仅仅是全球第二大 冰箱制造商（仅位于惠尔普之后），同时在洗衣机、空调、电视、 家用小电器领域也颇有建树，它甚至将其业务拓展到计算机和移 动电话领域。
张瑞敏，1949年1月5日出生于山东省莱州市，1968年 “老三届”毕业后参加工作，1984从青岛市家电公司调至海尔冰 箱厂任厂长。
进入海尔后，张瑞敏以完善岗位责任制为“轴心”， 围绕着工作纪律、岗位责任意识、市场服务意识做了不少企业文 化方面的基础性工作，使得这个集体企业性质的“市冰箱总厂” 得到了一次堪称健康的文化洗礼。
1985年4月，当众砸毁了存有严重质量问题的76台瑞雪牌 电冰箱。
该厂冰箱1988年9月首次获得“国优金奖”，1989年市 场机制竞争机制基本成熟时确定了“海尔”的高品位市场战略， 即“高质高价”和“重品牌重服务”，并以“真诚到永远”广告 确立了产品的高档形象。
1990年被中国质量管理协会、国家技术 监督局授予“国家质量管理奖”，1991年被消费者投票选为“中 国十大品牌”之一。
1991年完成了海尔的第一次产品生产线扩张，并顺利组建了 海尔集团。
1992年提出海尔工业园建设计划，并于同年投入施工；1993 年11月促成公司顺利上市于上海证券交易所；1995年，张瑞敏 荣获“中国经营大师”称号；1996年以印尼为突破口正式进军国 际市场，荣获《亚洲周刊》“1997年度企业家大奖”；1999年 12月入选英国《金融时报》“30位世界最受尊敬商界领导人”； 2000年以销售自有品牌PC为契机，正式进军中国IT业；2000年5月就任海尔集团公司首席执行官（CEO）；2001年8月美国 《福布斯》封面刊登张瑞敏头像；2001年9月中国国家质量管理 奖励工作委员会授予其“全国质量最优秀奖”。
创立品牌。
才能决定一切 1984年，海尔前身——青岛电冰箱总厂还是一个集体小厂， 亏空达147万元，年销售收入仅348万元。
守着这个烂摊子的 600名职工，已是人心涣散。
在连换三任厂长仍然不能起死回生 的情况下，1984年12月26日，35岁的张瑞敏从青岛市家电工 业总公司副经理的位置上，正式走马上任，担任了这个小厂的厂 长。
对当时的张瑞敏来说，这绝对是一种“临危受命”。
张瑞敏一上任就提出：“有缺陷的产品就是废品。
”在这样 的思想指导下，这个小厂才开始缓缓起步了。
在海尔洗衣机生产车间里曾经发生过这样一件事情：一天， 一名员工在下班前的每日清扫时，发现地上有一枚螺丝钉。
他惊 呆了！
因为他知道，地上的这枚螺丝钉一定意味着哪一台洗衣机 少了一枚螺丝钉。
这关系到产品的质量，维系着企业的信誉。
因 此，分厂厂长当即下令：当天生产的1000余台洗衣机全部复检。
而复检的结果：成品机没有什么问题。
可原因出在哪里呢？
已经 很晚了，员工们谁也没走，又用了两个多小时，才查出来是发货 时多放了一枚。
由此可见，企业要发展，观念的创新也很重要。

观念的创新　　是企业能够健康运行的先导，有了观念创新，企业就能有好的开　　端，观念的创新能够将企业的优势发挥出来。
拿砸冰箱这件事来　　说，为什么要砸呢？
那是因为，当时人们在观念上对产品质量不　　重视，砸冰箱是为了提高产品质量，在观念上创新。　　在谈论这个事件时，许多人佩服张瑞敏抓质量的决心，但没　　有充分意识到他抓品牌的远见卓识。
单纯地从物质效应来看，也　　许是可以不砸的，因为那些冰箱经过修理后还可以使用。
但张瑞　　敏要的是向全国消费者表态：我海尔就是对质量一丝不苟176台　　冰箱的经济损失和造就一个企业一丝不苟的名声，两者之间的得　　失是不成比例的。
想想看，那个时候，许多企业连商标意识都　　还没有树立起来，更何谈名牌意识？
目前仍然有许多企业认为，　　自己的企业很小，企业还没有更多的富裕资金，所以没有能力　　实施名牌战略，他们不明白，企业不是等做大了再搞名牌战略，　　而是应该利用名牌战略搞大企业，海尔就树立了最现实的榜样。
　　海尔早在十几年前就已经明确了这个目标，这是多么的难能可　　贵！
P3-5

编辑推荐

所谓执行力，指的是贯彻战略宏图，预定目标的操作能力。
它是企业竞争力的核心，是把企业战略、规划转化成为效益、成果的关键，因为再好的战略和策略也只有成功执行后才能够显示出其价值。
在现实中可以看到，好的公司往往有很强的执行力，比如，可口可乐，百氏，麦当劳等等这样的企业，都有很强的执行力，即使一些曾经在执行力很差的企业里就职的员工，加入到上述提到的公司里，不久他们也会被培养成训练有素，执行能力很强的员工。
在中国这片土地上，活跃着这样一批人，他们业已功成名就，他们是亿万富翁，他们是本行业中叱咤风云的人物，他们的名字与我国的经济紧密相连，他们的某一个举措有时会影响甚至有可能改变我们的生活，他们就是站在中国经济潮头的优秀企业家们。
在经济快速发展的今天，人们对成功的渴望比以往更加强烈。
所以，人们在羡慕他们成功的同时，也在探求他们成功背后的原因。
他们是每个渴望成功人士的榜样，他们的成功事例激励着每个正在努力奋斗的人。

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