

<<发现中国竞争力>>

图书基本信息

书名：<<发现中国竞争力>>

13位ISBN编号：9787111311423

10位ISBN编号：7111311426

出版时间：2010-7

出版时间：机械工业出版社

作者：中央电视台《商道》栏目组 编

页数：166

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>

<<发现中国竞争力>>

前言

著名管理大师迈克尔·波特在《国家竞争优势》一书中提出“钻石理论”，阐明了国家竞争力的微观基础——企业竞争力。

2010年第十一届全国人民代表大会第三次会议上，温家宝总理在政府工作报告中明确指出：保持经济平稳较快发展，需要加快转变经济发展方式。

中央电视台财经频道《商道》栏目适时地推出“发现中国竞争力”系列节目，从媒体视角聚焦企业，思考中国企业如何转变企业发展模式，提升自身竞争力。

节目很好地为中国经济、社会发展提供了媒体服务。

2009年，面对严重的国际金融危机，党和政府采取了一系列有效的经济刺激措施。

包括四万亿投资计划、积极的财政政策、适度宽松的货币政策以及十大产业振兴规划，等等。

如此措施有力地拉动了中国经济，使得中国经济在全球率先企稳回升。

当世界惊讶于我们的同时，中国政府、企业界、媒体界以及社会各界已经开始了深刻的反思：国际金融危机下，企业损失惨重，低成本生产要素、依赖型加工贸易等所谓的竞争优势如此不堪一击，何谓中国企业真正的核心竞争力？

如何重构中国企业竞争力？

<<发现中国竞争力>>

内容概要

是时代在改变我们，还是我们在领跑时代？

21世纪下一个10年，中国竞争力如何破冰？

访商业领袖，携行业巨擘，透视国家未来竞争力。

中央电视台财经频道推出特别节目“发现中国竞争力”，采访万达集团、东软集团、玉柴集团、伊利集团、招商银行等领袖企业，透视企业国际竞争力，寻找未来中国竞争力的答案。

世界经济论坛发布的一年一度全球竞争力报告中，《2009~2010全球竞争力报告》涉及全球133个经济体，中国排名提升到29位，中国连续多年竞争力排名稳步攀升。

中国竞争力何在？

低廉的劳动力成本、资源的破坏性开发、大批量中国制造优势能否继续支撑中国经济较快发展？

作为中国经济的引擎，中国企业能否用新商业思维、创新理念、特色商业实践为转变中国经济发展方向提供原动力？

中央电视台财经频道《商道》栏目组奔赴中国商业前沿地带，寻找未来中国竞争力答案。

商业领袖、行业巨擘，对于中国企业竞争力主题专门撰文，分享建设性思考、感受，以及对下一个黄金十年里中国企业、中国经济具有推动意义的建树。

<<发现中国竞争力>>

作者简介

中央电视台《商道》栏目组，2009年8月31日，伴随央视二套改版，播出4年之久的《财富故事会》栏目，全面升级为《商道》栏目。

全新的《商道》栏目致力于做公司的研究者、行业的观察者、价值的发现者。

每期时长30分钟，每周一至周五中午12：30～13：00央视财经频道播出。

<<发现中国竞争力>>

书籍目录

序一 价值系于责任 序二 剑与道 第1章 柳传志的第250天 ——联想控股有限公司 老总短文做有主人的公司 编导手记迟到的拜访 第2章 老马识途 ——招商银行股份有限公司 老总短文持续创新是中国企业构建核心 竞争能力的关键 编导手记永远在路上 第3章 骄傲的疯狂 ——浙江吉利控股集团有限公司 老总短文提升中国企业的国际竞争力 编导手记疯狂也骄傲 第4章 软件铺出硬轨道 ——东软集团股份有限公司 老总短文全球化和新兴市场崛起的十年 编导手记幸福有泪 第5章 健行天下 ——大连万达集团股份有限公司 老总短文商业地产是万达的核心竞争优势 编导手记改革的重量 第6章 不惑鹰，再生鸟 ——内蒙古伊利实业集团股份有限公司 老总短文伊利的绿色商道 编导手记扎实的先行者 第7章 再造“心脏” ——广西玉柴机器集团有限公司 老总短文构筑中国企业的核心竞争力 编导手记晏平的“动”与“静” 第8章 上市只是开始 ——华谊兄弟传媒股份有限公司 编导手记“小时代”的“大采访” 后记 问世间“道”为何物

<<发现中国竞争力>>

章节摘录

插图：在奶联社的模式下，牧民由一家一户变成了统一的集约经营。

同时，他们的角色也相应地从牧民转化为产业工人和奶联社的股东，甚至有可能参与商业决策或从事奶联社中除养殖以外的其他专业化劳动。

这对于一辈子可能只是放牧的传统牧民而言，是一个融入产业分工和竞争的机遇，也是增加眼界、拓宽思路、提高能力的机遇。

看到这里，我不由地心生感叹，中国的乳制品行业是一个由龙头企业带动发展的行业，伊利一直是这个龙头。

但同时伊利的品牌策略又是沉稳的，并没有多少炫目的概念，而现实的教训恰恰证明，在这个敏感的行业扎实和创新同等重要。

奶业危机过去之后，中国的乳品安全乃至食品安全被提高到了新的高度。

在这样的局势下，伊利抓好奶源建设势在必行。

但要与国际品牌抗衡，只依靠奶源的安全性以及以往品牌的积累还是不够的。

整个中国乳品行业都在呼唤具有中国特色优势和差异化竞争力的乳业产品创新。

这时，作为行业龙头的伊利，又走在了前面。

当我们在潘刚的亲自解说带领下参观了伊利的灌装车间、实验室、牧场等各个生产环节之后，我找到了最能振奋人心的两个典型的创新产品，一个是伊利营养舒化奶，另一个是基于中国母乳数据库的“金领冠”婴幼儿奶粉。

亚洲人有一大半喝牛奶会拉肚子，这个群体长期以来几乎被市场抛弃了，但伊利的舒化奶却改变了这个严峻的现状。

从商业定位的角度来看，这样的研发思路也打准了市场的死穴，最终赢得了突破性的发展。

同时，伊利中国母乳数据库的建立让中国市场更加振奋，因为从此中国人有适合自己宝宝的奶粉了。

果然，在此基础上研发的伊利“金领冠”婴幼儿奶粉成了中国奶粉领域的代表者，数据显示，全国每六个宝宝中就有一个食用“金领冠”。

这样的工作是前沿的，同时也是扎实的、耐久的。

对于伊利多年来基础性的调研方面所做出的默默付出，它自己更认为这是作为行业龙头企业所义不容辞的职责。

<<发现中国竞争力>>

后记

这是一次艰难的追问！

当从中心领导处接到“发现中国竞争力”系列节目的任务时，离预定播出时间三月上旬不到两个月时间，且横跨一个春节。

你不想休息，别人还要休息！

但是，当我们虎年“五虎上将”（两男三女记者）在最后一刻将精彩的纪实与追问呈现于我眼前的时候，我相信奇迹已经发生。

《商道》不相信眼泪，《商道》只相信自己！

“发现中国竞争力”系列节目中，“五虎出山”北上南下，直击地产、内燃机制造、软件、食品及金融等几大行业，通过与王健林、晏平、刘积仁、潘刚、马蔚华等商业领袖的长枪短炮的碰撞，为我们揭示了一幅中国竞争力的全景长卷，在这些商业精英的言行之中，让大家对他们的商道更多了一层感悟与哲思。

这是中国竞争力的软硬之道！

学者出身的刘积仁33岁下海，他把“虚拟制造”的概念与自己的软件开发有机融合，使东软走出了一条软件铺就的硬轨道。

我们不会忘记他面对镜头时所说的，“在一个铁轨上运行的，有前行者和追赶者，但追赶者只有另造一个轨道才能超越前行者！

”刘积仁崇拜乔布斯，但东软不是苹果，东软最软的时候需要靠CT机拯救软件的未来，最硬的时候却敢于喊出：“他们是我们学习的好榜样，但不是我们要做的好榜样！

”

<<发现中国竞争力>>

媒体关注与评论

当下中国，产生了许多目光远大又脚踏实地的民营企业家，产生了一大批有主人的企业，这是中国企业竞争力的最大源泉。

——联想控股有限公司董事长兼总裁、执行委员会主席 柳传志创新是企业成长的灵魂。

中国企业构建核心竞争能力，增强国际竞争优势，关键在创新。

——招商银行股份有限公司执行董事、行长兼首席执行官 马蔚华在当前及今后20年，全球经济变革及产业结构的调整速度是空前的。

抓住这样一个千载难逢的历史机遇，提升中国企业的国际竞争力，是摆在许多企业面前的一个重要课题。

——浙江吉利控股集团有限公司董事长 李书福作为一个在新兴国家中的成长型企业，东软之所以能够不断成长，就是因为它不断地与外部环境互动，甚至是它对外部环境变迁的配合和融合。

——东软集团股份有限公司董事长兼首席执行官 刘积仁商业地产是万达的核心竞争优势。

——大连万达集团股份有限公司董事长 王健林在环境日益恶化的情况下，发挥自身在行业中的影响力，与大家一起构建“绿色发展商业圈”，我想这才是企业最大的“德”、最重要的“商道”。

——内蒙古伊利实业集团股份有限公司董事长 潘刚构筑中国企业的核心竞争力，挺起民族工业的脊梁，是我们这一代负责任的企业家肩负的重担。

——广西玉柴机器集团有限公司党委书记、董事局主席、董事长 晏平中国竞争力的可持续，重要的一点，是有多少媒体人拥有蜜蜂一样的勤劳、自觉、自强的精神。

——《英才》杂志社社长 宋立新国力的较量在于企业，企业的较量在于企业家。

中国竞争力首先取决于中国企业的竞争力。

——《中国企业家》总编辑 黄丽陆

<<发现中国竞争力>>

编辑推荐

《发现中国竞争力》：是时代在改变我们，还是我们在领跑时代？
21世纪下一个10年中国竞争力如何破冰？
透视国家未来竞争力倾听商业领袖如是说。

<<发现中国竞争力>>

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>