

<<保险战争>>

图书基本信息

书名：<<保险战争>>

13位ISBN编号：9787121093111

10位ISBN编号：7121093111

出版时间：2009-9-1

出版时间：电子工业出版社

作者：刘平

页数：244

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>

<<保险战争>>

内容概要

保险战争已经降临，中国保险企业的核心竞争力何在？
全球金融危机下，中国保险企业如何过冬？
本书将深度探讨中国保险企业的战略选择、商业模式、竞争策略、行动方略、人才困局和逆向思维。以保险行业竞争为主线，阐述了保险行业的运作模式、现状及存在问题，并提出了很多很有效用的解决思路和方法。

<<保险战争>>

作者简介

刘平，高级战略规划师，拥有清华大学和美国哥伦比亚大学双硕士学位，熟悉中外管理理论，并富有从基层到高层的管理实践经验，有过多次创业经历，并在多家大中型企业中担任过中高级管理职务；承担过国家“八五”攻关项目课题和国家及省市火炬计划项目，是其学校《企业战略管理》精品课负责人和主讲教师，金融保险专业带头人。

主要研究方向：企业战略、创业理论与实践、市场营销、金融保险业发展战略。

已出版《解密友邦——友邦保险中国攻略》、《创业攻略——成功创业之路》、《企业经营沙盘模拟实训手册》、《创业学：原理与应用》等多部著作与教材；在核心期刊、国家期刊奖百种重点期刊发表文章30余万字，其中多篇文章被广泛转载，或收录于全国优秀保险论文集、国际学术年会论文集。

<<保险战争>>

书籍目录

楔子 保险战争，狼烟四起第一章 竞争与竞争力 第一节 保险企业的综合竞争力评价 第二节 寿险公司综合竞争力排行榜 第三节 财险公司综合竞争力排行榜第二章 保险公司的战略选择 第一节 历史借鉴与战略选择 第二节 战略选择的若干模式 第三节 战略导航，规划先行 第四节 保险行业的人才困局第三章 寿险公司的行动方略 第一节 寿险营销五步推动法 附录A 主管收入模型1（以某大寿险公司2003年版《基本法》为例） 附录B 主管收入模型2（以某大寿险公司2003年版《基本法》为例） 附录C 《前程规划承诺书》 附录D 《行动纲领承诺书》 第二节 搭建合理的组织架构 第三节 复制增员系统，复制成功 第四节 正确处理内外勤的关系第四章 解密友邦中国攻略 第一节 历史回放：友邦发展史 第二节 中国脚步：受限的翅膀也要飞 第三节 下步战略：友邦中国新挑战 第四节 核心启示：回归价值的有效发展第五章 拯救AIG 第一节 保险帝国 第二节 政府接管AIG 第三节 致命的流动性危机 第四节 AIG的未来第六章 解读新华速度 第一节 新华十年足迹 第二节 新华的经营哲学 第三节 战略制定的方法论 第四节 关国亮，瑕不掩瑜第七章 保险之战的典型战略 第一节 保险战之硬球战略 第二节 保险战之曲线球策略 第三节 新兴险企的经典策略第八章 逆向思维谋生机 第一节 另类选择，到西部淘金 第二节 跑马圈地、以快制胜的误区 第三节 市场低迷，勇于卖投连尾声 转型，必然的选择附录A 中资寿险公司综合数据表附录B 外资寿险公司综合数据表附录C 中资财险公司综合数据表附录D 外资财险公司综合数据表

<<保险战争>>

章节摘录

一、综合竞争力的含义 目前,关于企业综合竞争力还没有一个统一的明确定义,人们常常提到的是企业的核心竞争力,城市的综合竞争力。

例如,由中国社会科学院财政与贸易研究所倪鹏飞博士牵头,两岸四地城市竞争力专家共同携手,国内著名高校、国家权威统计部门和地方科研院所近百名专家历时大半年联合完成的《2008年中国城市竞争力蓝皮书:中国城市竞争力报告》,对两岸四地的200个地级以上城市的综合竞争力进行了排名。这份由社会科学文献出版社出版的蓝皮书是中国城市竞争力课题组的第六次年度报告。

通常,综合竞争力是指该城市在一定区域范围内集散资源、提供产品和服务以及辐射影响的能力,是城市经济、社会、科技、环境等综合发展能力的集中体现。

而企业核心竞争力是指企业所具有的开发独特产品、独特技术及独特营销的能力,是企业独具的、支撑企业可持续性竞争优势的核心能力。

它可更详细表达为,企业核心竞争力是企业长时期形成的,蕴涵于企业内质中的,企业独具的,支撑企业过去、现在和未来竞争优势,并能维持企业长时间内在竞争环境中取得主动的核心能力。

企业的竞争力涉及很多方面,如营销竞争力、研发竞争力、财务竞争力、产品竞争力、人才竞争力、管理竞争力等企业某一方面的竞争力,而企业核心竞争力却是处在核心地位的、影响全局的竞争力,是一般竞争力的统领。

从企业核心竞争力不同表现形式角度可将企业核心竞争力分为三类:核心产品、核心技术和核心能力。

它们之间关系密切,产品来自技术,技术来自能力。

然而,核心竞争力并不能反映企业竞争力的全部。

为此,本书将综合竞争力界定为一个企业的综合竞争实力,反映的是一个企业的综合素质和能力。

之所以称为综合竞争力,是相对于核心竞争力而言的。

核心竞争力是综合竞争力的重要组成部分,综合竞争力是企业全部竞争力的综合体现,外延要明显宽于核心竞争力。

二、综合竞争力的内在衡量指标与外在表现 衡量企业综合竞争力的内在指标包括企业的财务能力指标、营销能力指标、生产管理指标、组织效能指标、企业文化指标等各方面指标,具体表现为企业的规范化管理水平、内在资源价值、与竞争对手的比较优势、市场把握能力、人力资源水平等。

例如,财务能力指标包括收益性指标(资产报酬率、所有者权益报酬率、每股利润、销售毛利率、销售净利率、成本费用利润率等)、安全性指标(流动比率、速动比率、资产负债率、所有者权益比率等)、流动性指标(存货周转率、应收账款周转率、流动资产周转率、固定资产周转率、总资产周转率等)、成长性指标(销售增长率、税前利润增长率、固定资产增长率、人员增长率、产品成本降低率等)、生产性指标(人均销售收入、人均净利润、人均资产总额、人均工资等)。

这些财务比率指标,一方面应与同行业中的竞争对手或与同行业的平均财务比率进行比较,借以了解本企业同竞争对手或同行业一般水平相比的财务状况和经营成果,雷达图是常用的分析方法和工具;另一方面应同本企业过去的财务比率和预测未来的财务相比较,借以测定企业财务状况和经营成果在一个较长时间内的变动趋势。

营销能力指标包括产品竞争能力分析(市场占有率、市场覆盖率、市场扩大率、产品收益率、产品结构等)、销售活动能力分析(销售计划完成率、销售额增长率、销售毛利率、销售费用率、欠款回收率、销售人员素质、销售管理水平、销售渠道等)、新产品开发能力和市场决策能力分析等。

生产管理指标包括生产过程分析(技术选择、设施选择、工艺流程、设施布局、生产线平衡、生产控制等)、生产能力分析(产量预测、设备计划、生产计划、生产能力计划、排队分析等)、库存分析、劳动力分析、质量分析等。

组织效能指标包括组织任务分解是否合理,岗位责任制与职责权限是否对等,企业集权与分权是否适度,管理层次与管理幅度设置划分是否合理,人员素质与结构能否满足企业持续发展的需要等。

企业文化指标包括企业文化现状分析、企业文化建设过程分析、企业文化特色分析、企业文化与战略目标、战略与内外部环境的一致性分析、企业文化形成机制分析等。

<<保险战争>>

上述内在指标，在单个企业的分析，特别是企业内部自身分析中意义重大。

但在企业竞争力的排名中，这些指标并不实用。

首先，这些数据并不公开，很难获得完整数据；其次，这些指标中有很多是主观性指标，人为判断因素较大。

然而，这些内在的指标和能力最终会反映在企业规模实力、市场地位、持续增长能力等外在的客观性指标上。

保费规模是企业规模实力和市场地位的一种体现，但只是一个节点值，只能反映现在而不能反映过去，也不能预测未来，为此，应增加综合增速这个反映持续增长能力的指标。

综合增速指标带有时间价值，既能反映过去历史，也隐含着对未来的预示。

而市场占比的增减和市场排名的升降是对市场地位变化的一种补充。

·

<<保险战争>>

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>