

<<写给您看>>

图书基本信息

书名：<<写给您看>>

13位ISBN编号：9787121177965

10位ISBN编号：712117796X

出版时间：2012-9

出版时间：电子工业出版社

作者：葛长银

页数：240

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>

<<写给您看>>

前言

出版这本财智文案展示的动因有三个。

一是展示——展示这些年来积累的文字。

人的本性就是喜欢展示自己，并且还要刻意地表现出来。

比如，小暴发户有了钱，会买个粗大的金戒指或金项链来增加自己的“价值”；大暴发户

有了钱，会买一辆奥迪或宝马来增加“身价”。

无非都是展示自己的“优势”，来获得人们的关注。

我们出版这本文集本质上也是展示，也希望得到关注。

但不同的是，我们的展示会让一些人受益，还很有可能是终生受益；而且，谁关注我们谁就能受益，不关注我们就无缘了。

二是解读——对这些年来“行”的解读。

作为王阳明先生的铁杆粉丝，我们主张“知行合一”，这些年的“行”，我们要通过文字进行总结，上升到“知”，再指导“行”。

其实在具体事务上，知与行是分不开的，是合一的。

比如“见好色”是知，“好好色”是行，除非极端或特殊情况，人的“见好色”和“好好色”就构成了人类最基本的生活底色，是众人知行合一的一个例证。

我们对多年的“行”——准确地说是“知行”进行解读，目的是为了

更好地“知行”。

三是交换——把我们的文字转换成使用价值。

我们认为文字的价值也是通过使用价值体现的，使用价值是通过社会或市场的认可获得的。

我们不想让这些呕心沥血写出的文字，束之高阁或沉落在历史的一角。

我们也想通过他们获得润笔。

在这个虚夸的时代，我们还是实在一些。

因为只有这样，我们的付出才能获得双重价值——价值和使用价值。

若从美食的角度来看，这本书属于大锅菜，但色彩鲜明，味道醇厚，是有机食品。

可以让读者在阅读中享受一顿包括税务、会计、成本控制、企业管理、高等教育和企业咨询文案在内的、丰富多彩的盛宴——用词有点猛了。

全书分为六章，每章一个话题，依次是长银谈税务、长银谈会计、长银谈成本、长银谈企管、长银谈专业教育和长银项目方案展示。

第一章至第五章，每章三节，第一节为杂谈，第二节为应用研究，第三节为相关建议；第六章分三节，第一节为策划书展示，第二节为企业咨询报告展示，第三节为管理制度展示。

希望对大家能有所帮助。

宋宇皎参与了本书的编写、校对工作。

向所有支持我写作的亲人、朋友表示感谢。

所有的文字都属于一家之言，我们也不例外。

希望得到大家的包容，更希望得到大家指正。

有关本书内容和其他财税专业问题，读者可发送邮件，也可以关注新浪微博@葛长银或@长银财智。

葛长银 2012年6月28日于北京观园堂

<<写给您看>>

内容概要

本书由我国实战派财税专家葛长银先生撰写，是其20年来从事企业管理咨询、研究和教学活动的结晶。

该书为财智文案汇编，语言通俗易懂，方案或建议专业实用。

全书共分为六章，第一章长银谈税务，呼唤企业领导要做一只聪明的鹅，并展示两篇高端建议；第二章长银谈会计，建议员工参与税后利润分配，促进改革成果公平分配；第三章长银谈成本，创造性地提出了行为成本控制；第四章长银谈企管，语重心长地揭示人与公司的关系；第五章长银谈专业教育，呼吁我国高校要推广“树根”理论；第六章长银项目方案展示，给大家分享多个企业咨询项目文案。

<<写给您看>>

作者简介

葛长银，中国农业大学经济管理学院副教授，MBA讲师，中工国际独立董事，国内最具影响力的实战派财税专家之一；撰写《大众会计学》，率先倡导我国的会计普及事业；推广“用大禹治水的方式治税”的征收理念，多年来为多家中央企业做过财税诊断、管理咨询、干部培训及合作研究；常年担任航天信息等多家培训机构培训师；《人民日报》、《北京青年报》、《中华读书报》等重要媒体对其成果进行过专访报道。

<<写给您看>>

书籍目录

- 第一章 长银谈税务1
 - 第一节 税务杂谈2
 - 第二节 应用研究6
 - 第三节 相关建议20
- 第二章 长银谈会计51
 - 第一节 会计杂谈52
 - 第二节 应用研究56
 - 第三节 相关建议67
- 第三章 长银谈成本77
 - 第一节 成本杂谈78
 - 第二节 应用研究80
 - 第三节 相关建议101
- 第四章 长银谈企管115
 - 第一节 企管杂谈116
 - 第二节 应用研究127
 - 第三节 相关建议149
- 第五章 长银谈专业教育155
 - 第一节 教育杂谈156
 - 第二节 应用研究159
 - 第三节 相关建议171
- 第六章 长银项目方案展示177
 - 第一节 策划书展示178
 - 第二节 咨询报告展示185
 - 第三节 管理制度展示205

章节摘录

版权页：插图：（一）企业“三假”的原因分析对于“三假”，我们要从三个方面分析其深层原因。

1.企业人性——我国企业的人性分析 一个企业从成立、成长到壮大，犹如一个人从童年、青年到壮年。

人在不同的阶段有不同的行为、需求和目的，企业也这样。

人在童年阶段对世界浑然不知，行为天然而无规则，除了吃饱穿暖外还需要别人的鼓励，做事随心所欲，目的不明显，所以需要呵护，更需要正确的引导和教育，对其调皮甚至使坏的行为也应理解并给予针对性的修正，逐步改掉他们的恶习，培养成奋发有为的好青年。

到了青年阶段，人的行为就基本走上了轨道，不仅有物质需求，还有精神需求，心中也有了理想和人生目的——尽管不一定能达到。

但青年由于没有“熟透”，所以也有偏颇、莽撞、不现实以及不辨大是大非等“误区”，而消除这些“误区”，一要靠家长、教师和朋友的引导，二要靠现实生活的磨砺，而“磨砺”，也是促使他们成熟的有效方式。

人到了壮年，特别是不惑之年之后，行为基本规范，不逾距，有家庭责任和社会责任，人生目标清晰且为之锲而不舍地奋斗。

我国的企业，大都处于“童年”和“青年”阶段，只有部分有规模、有效益和规范的企业才体现“壮年”的特征。

他们面对的问题可以这么分类：“童年”企业面对的是生存问题——如何活下去；“青年”企业面对的生活问题——如何过上好日子；“壮年”面对的是生命问题——如何延续健康的生命。

面对的问题不同，企业的行为就不同。

“童年”企业为了生存下去，行为“天然”，甚至弱肉强食、不吝手段；“青年”企业为了过上好日子，有的就无视规矩，莽撞蛮干；“壮年”企业因为要延续健康的“生命”，所以有风险意识，经营规范，有一定的社会责任，并注意提升企业的形象。

所以，企业到了“壮年”阶段，就不太让人“操心”了。

那么一个企业何时到了“壮年”阶段呢？

我给MBA班上《会计学》时，一位年收入做到5000万元的企业老板跟我说：葛老师，我现在对钱都麻木了，你知道我什么时候最高兴吗？

是第一次挣到50万元时，激动得都想跳楼啊！

这位老板的意思是他对钱的感受已经不是企业初创时的感受了，他越过了这个阶段，开始对一些公益事业捐款，并且想跟着国家政策给新农村建设做些事；在企业的内部管理上，也觉得有风险，要调整。

这些都是企业走向“壮年”的特征。

“壮年”企业，企业做生意和企业老板干事业是融合在一起的。

企业走向“壮年”阶段是一个过程，不是一个时点；企业不同，进入“壮年”阶段的进展也不同。

<<写给您看>>

编辑推荐

《写给您看:财智观点解读》适合企业、事业单位各级财务人员和管理者学习参考,也可作为相关专业教学和培训用书。

<<写给您看>>

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>