

<<中国式经营>>

图书基本信息

书名：<<中国式经营>>

13位ISBN编号：9787216060288

10位ISBN编号：7216060288

出版时间：2009-9

出版时间：湖北人民

作者：赵文明

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>

## <<中国式经营>>

### 前言

中国走过了30年的改革开放之路，经济得到了前所未有的高速发展，创造了无数个令世界瞩目的奇迹。

然而，自从加入WTO以后，各跨国企业纷纷大举“入侵”中国，致使中国许多本土企业不得不仓皇应战，一时之间，中国经济遭遇到了前所未有的挑战和冲击。

然而，中国企业并没有节节败退，相反，浪花淘尽显英雄，在这个过程中，涌现出了一大批叱咤风云的企业英才。

他们或剑走偏锋，特立独行，以非凡的战略眼光和勇气，开辟了新的“蓝海”；或纵横捭阖，深谋远虑，在危机重重之中，抢占了一个个制高点；或指点江山，激昂文字，用自己的成功经验和智慧，谱写了中国经济的一个个财富传奇。

他们是中国人的骄傲，更是中国经济发展的脊梁。

这些顶级CEO们，引领着商业潮流，带领那些优秀的企业披荆斩棘，艰难跋涉，创造了一个又一个商业神话。

商海沉浮方显英雄本色。

在这风诡云谲、竞争激烈的商战中，这些被财经论坛、致富栏目、企业家杂志等极力推崇的创业教父、顶级CEO们，他们到底有着怎样的“奇经八脉”，又有着哪些不同凡响的“绝世武功”，抑或掌握着什么样超越一般的“独家秘诀”，让他们能够横空出世，在最短的时间内创造了举世瞩目的财富传奇。

《中国式经营——中国顶级CEO商业思想精髓》一书力图寻找这些答案，让读者更方便快捷地学习创业的经验智慧。

## <<中国式经营>>

### 内容概要

《中国式经营——中国顶级CEO商业思想精髓》分别从经营哲学、人力资源管理、品牌管理、内部管理、客户关系、创新与变革、个人修养与魅力、战略联盟、资本运作、企业国际化、危机管理和风险控制、企业文化等12个方面，收集了这些商业巨子的经典思想和名言，并进行了挖掘和拓展，让其精华绽放出熠熠的光芒。

书中既有他们从平凡甚至困境中脱颖而出的传奇经历，又有他们为了梦想而孜孜不倦追求的执著和坚持；既有他们过人的胆识、超前的眼光，又有他们创新求变、机智灵活的经营手段；既有他们真诚至信、乐观豁达的做人智慧，又有他们高超娴熟、运筹帷幄的做事谋略。

这些商业精英中的每一位，都有其独特之处，都有可能给读者以启迪和帮助。

## <<中国式经营>>

### 作者简介

赵文明，畅销书策划人，财经作家。  
曾任证券日报等媒体的记者、主任编辑等职，为多家企事业单位做管理咨询和高层员工培训。  
多年来一直从事管理科学和国家宏观经济的研究工作。  
策划编写《每天学点经济学》《你在管理上最可能犯的101个错误》《用心才能优秀》等多部畅销书，  
获得社会各界及管理工作者的广泛认可和关注。

## &lt;&lt;中国式经营&gt;&gt;

## 书籍目录

一、化解危机经营转机 顶级CEO论危机管理和风险控制任正非：繁荣的里面，处处充满危机陈天桥：危机是企业发展的原始动力牛根生：不能高速成长，就只有高速灭亡马云：在困难的时候。你要学会用左手温暖你的右手二、以人为本知人善用 顶级CEO论人力资源管理王石：人才是一条理性的河流，哪里有低谷就流向哪里牛根生：人人都是人才。就看放的是不是地方任正非：华为惟一可以依存的是“人”马云：平凡的人在一起。做一件不平凡的事俞敏洪：只要符合条件，什么人都敢用张近东：要使企业成为人才发现、人才培养的“黄埔军校”李彦宏：服务器会过期，互联网公司真正值钱的是人三、树立形象打造品牌 顶级CEO论品牌管理战略冯军：做一个让国人骄傲的民族品牌牛根生：把钱存在任何地方的增值也不如存在品牌上张瑞敏：世界品牌就是消费者可以听得懂的语言王石：品牌营销是万科制胜的法宝四、无为而治 凝心聚力 顶级CEO论企业内部管理制度史玉柱：管理无情人有情任正非：企业家就是修好堤坝的人张瑞敏：监控就是爱护，委任就是信任马云：中国最好的团队就是唐僧西天取经的团队俞敏洪：内循环问题必须借助外力解决王中军：老板只管关键的人和事牛根生：管理是严肃的爱五、客户第一服务至上 顶级CEO论客户关系管理任正非：为客户服务是华为存在的惟一理由张瑞敏：企业生命之树的土壤是用户陈天桥：抓服务我自己感觉是比较出奇制胜的一招牛根生：终端要影响开端王石：让万科理解客户。让客户了解万科史玉柱：营销是没有专家的，惟一的专家是消费者六、不创新毋宁死 顶级CEO论创新与变革管理陈天桥：不断开辟“蓝海”是企业成功之道李彦宏：不创新，毋宁死张近东：你能看多远。你的事业就会有多大任正非：过去人们把创新看作是冒风险，现在不创新才是最大的风险牛根生：产品创新是“天字号”的第一责任冯军：最后能救我们的，绝对不是别人的，是研发史玉柱：我并没有蔑视规则，我是自己琢磨规则、创造规则马化腾：创新实现价值，创新成就品牌，创新改变生活七、以德服人做好头羊 顶级CEO论个人修养和魅力任正非：只有不断地自我批评。才能使我们尽快成熟起来冯军：只有执著的人最后才能活下来，而且活得很好牛根生：散财聚人。经营人心马云：做人三件事：眼光、胸怀、实力史玉柱：不守诚信。付出的成本是十分巨大的张茵：个人魅力也是成就事业的一个关键张近东：苏宁是社会的，我只是管理者和责任人李彦宏：我是一个非常专注的人，一旦认定方向就不会改变，直到把它做好八、追求双赢 协力共进 顶级CEO论合作与战略联盟九、借势而为 妙手淘金 顶级CEO论融资与资本运作十、走出国门 开疆拓土 顶级CEO论企业国际化十一、大道至简 理念为先 顶级CEO经营哲学和管理思想十二、基业长青 文化为魂 顶级CEO论企业文化的建设与培育 后记

## 章节摘录

一、化解危机经营转机 顶级CEO论危机管理和风险控制 任正非：繁荣的里面，处处充满危机 背景阐释 尽管在2003年以前，无论是华为还是任正非一直保持着低调，在外界眼里充满了一种神秘感，但是华为和任正非的大名早在2000年左右就已经响彻中国企业界了，而这都源于任正非的那篇管理名作《华为的冬天》。

《华为的冬天》通篇都在强调企业应该存在一种危机意识，这种忧患意识最终也成为了华为不断发展壮大的内在动力。

而且对于当时的众多中国企业来说，这种“忧患意识”的观念无疑具有振聋发聩的意义。

《华为的冬天》在IT业界广为流传，许多公司的老总不仅自己仔细研读而且还向部下推荐阅读。任正非写这篇文章时，华为2000年销售额已经高达220亿元人民币，利润达29亿元人民币，位居全国电子企业百强首位。

但是，从这些耀眼的成绩中，任正非也发现了一个事实，华为从1997年起发展速度已经开始放慢，而且很有可能会持续不断地慢下来。

尽管每年华为净增的绝对值很可观，但相对值却在逐渐减少，逐步降到国际高科技企业的平均增长水平。

<<中国式经营>>

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>