

<<北大商业评论>>

图书基本信息

书名：<<北大商业评论>>

13位ISBN编号：9787301120767

10位ISBN编号：7301120761

出版时间：1970-1

出版时间：北京大学

作者：厉以宁主编

页数：148

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>

前言

对于一个组织，二十年的时间勉强可以称为历史。以此而论，中国的企业开始有历史了。

众所周知，改革开放是从1978年12月党的十一届三中全会开始的，但早期主要是解放思想、转变观念。

随后开始营造市场，有了市场才开始有了真正意义上的企业。

2004年许多著名企业都举行了成立二十周年的庆典，如联想、海尔、万科、上海大众；2005年则有中国惠普、中兴通讯、飞利浦、诺基亚、英特尔；2006年有北大方正和吉利；2007年有招商银行、华为、娃哈哈、摩托罗拉、达能、肯德基……最近我读了吴晓波写的《激荡三十年——中国企业1978~2008》、凌志军写的中关村发展史《中国的新革命——1980~2006年，从中关村到中国社会》，又翻了翻关于企业历史的书。

我手边有关联想的书有4本：从1996年陈惠湘写的《联想为什么》，到《联想15年》、《联想局》和《联想风云》；关于海尔的书有5本：美国人迈克尔·波顿写的《首席执行官》、胡泳写的《海尔，中国造》、《张瑞敏如是说》；关于万科的书有4本，主要以王石为丰线展开；其它还有关于华为、长虹、科龙、创维、娃哈哈、吉利、阿里巴巴、淘宝、三九、希望、托普、IBM、微软、方太、中兴等等企业的书。

可见，对中国企业历史的研究已经拉开了序幕，一批专注于企业史的记者和财经作家正在涌现，如研究海尔的胡泳、研究联想的凌志军、研究企业失败的吴晓波，后者带领“蓝狮子”团队致力于公司史的研究和写作，已经小有成就。

如果不回顾历史，或许极少人知道中关村的历史是从一个叫陈春先的中科院物理所研究员开始的：他在1980年12月15日创办了一个颇为特别的机构，名为“北京等离子学会先进技术发展服务部”；后来中关村就有了“两通两海”——四通、信通、科海、京海——的崛起；再后来，有了以联想和大批网络新经济公司为代表的灿烂群星。

虽然对于公众而言，成功的故事更激动人心，但对于企业家和企业管理者而言，失败的故事则更有教益。

由于采访失败者、收集失败企业的一手资料非常困难，因此这类报道就更显珍贵。

我读这类书时常感心情沉重，也体会了所谓的“扼腕三叹”。

我看过的第一本关于失败企业的书是在十年前，记者孙玉红写的《风雨爱多》；前些天读《21世纪财经报道》记者王云鹏送我的《俘获者》，书中详细记录了德隆从初露败相到最终解体的600天，有大最的一手资料。

在感叹德隆的失败和对失败的挽救之余，我也感叹作者的用心。

2004年，当联想、海尔、万科、上海大众庆祝自己的二十周年时，同样在1984年成立并一度辉煌的巨人集团和健力宝或已沉没，或正风雨飘摇。

去年《北大商业评论》做了一期关于失败企业家的专题，勾画出了28位失败企业家的图谱，显然这还不是全部。

管理科学的两位泰斗人物泰罗和德鲁克都是从观察企业开始的。

但总体而言，学界对企业的观察研究仍显不足，由于工商管理教育的普及，案例开始做广泛地使用。凡是企业中发生的事都可以叫做“案例”，但严格地说案例可以分成三类：教学案例、商业案例、研究案例。

教学案例是将企业的某件事去对应管理教学上的某个知识点，在写作时，它所对应的理论和知识都隐藏在故事唇后面商业案例则是直接为了企业借鉴，因此会尽量清晰地描述企业里发生了什么问题，如何分析，如何解决，结果如何。

而研究案例的目的是采集案例来证明某个研究假设，以便形成理论。

无论哪一种案例，都离不开对企业的近距离观察和深入采访，财经记者们花大量时间和精力对企业史的写作，就可以看作一种商业案例。

一本优秀的企业史包含了企业不同时期的商业案例，学者可以在这个基础上提取加工教学案例和研究

案例。

大量的企业史素材，让今天的案例写作比1997年我们刚刚开始做的时候容易得多了。

在中国，有二十年历史的企业是值得骄傲的。

但同样只有二十多年历史的微软公司，去年的销售收入和利润达到443亿美元和126亿美元；思科公司达到285亿美元和56亿美元，其利润比中国绝大多数“同龄”企业，的销售收入还要多。

每年我们还会看到一些曾经优秀、也有着悠久历史的公司陷入困境甚至消失。

对于领先的中国优秀企业而言，要向优秀的世界企业学习，从失败的中国企业中汲取教训。

我希望中国企业领导者的书架上尽量多摆一些企业史的书籍，希望我们的财经记者、咨询专家、教授和企业们写出更好的企业史。

团结中国最优秀的研究人员、写出中国企业的资治通鉴、让中国管理者有史可鉴，这也是北京大学管理案例研究中心的使命。

我们期待着中国企业走过三十年、四十年、五十年以至一百年，成为世界企业发展史的主流之一。

。

<<北大商业评论>>

内容概要

团结中国最优秀的研究人员、写出中国企业的资治通鉴、让中国管理者有史可鉴，这也是北京大学管理案例研究中心的使命。

书籍目录

风向标时评高管激励的重新审视视野当“好点子”成了“大点子”——迅速做大战略的背后顾客视角的城市品牌总裁论道信息化：扁平世界的公司治理专题：创建品牌优势品牌是顾客体验的总和品牌经营的法则与戒条打开品牌成功的五扇门“快品牌”的四种策略刘业品牌规划的六个步骤全球化下的混合品牌战略贴牌危机与出路针织名城象山爵溪百家企业调查北大圆桌百货业品牌的困境与出路北大案例工资改革的风波执行产品开发中的达芬奇密码从外围到核心：突破管理惯性国际评述越南商机环境纵横本土轿车企业崛起的秘密——本土与合资轿车企业不同的“渔鱼”路径管理与人文弱者道之用书评人性的回归——评查尔斯·汉迪《饥饿的灵魂》月度人物眺良松：组织靠什么凝聚？
管理创新小肥羊：中餐标准化管理

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>