

<<死去还是活来>>

图书基本信息

书名：<<死去还是活来>>

13位ISBN编号：9787302289821

10位ISBN编号：7302289824

出版时间：2012-7

出版时间：清华大学出版社

作者：李方

页数：253

字数：246000

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>

<<死去还是活来>>

内容概要

中国绝大多数企业生存环境很差，抵御风险的能力很弱，问题到底出在哪了？

多数企业一直以来的做法是引入经理人管理团队，或者是引入管理咨询，可是给企业带来明显改善的情况不是很多。

那问题到底出在哪？

是管理团队做的不好吗？

是咨询公司不够专业吗？

似乎不完全是。

我们发现：问题可能出在指导思想错了，或者是解决问题的方向做了。

以往的所有做法都是“向外”的，结果证明问题解决的效果很差。

如果我们转为“向内”会怎么样？

本书就是在这个方向上做出了创新性的探索，希望为中国企业找到问题解决有效途径。

<<死去还是活来>>

作者简介

李方
英国里丁大学地理信息系统硕士、博士学位。
现任汉哲管理咨询集团高级合伙人。
1994年回国后，曾历任联想北方系统集成公司副总工程师、联想集团技术发展部总经理、计世资讯公司副总经理、北大纵横管理咨询公司高级顾问等职。
社会兼职曾任中国计算机学会微机专业委员会秘书长，中国计算机行业协会电脑系统委员会常务副秘书长，中国计算机学会YOCSEF学术委员会副主席，后任YOCSEF终身荣誉委员。
著有《我在联想的七年》一书。
在8年的企业管理实践与8年的企业管理咨询生涯中，对企业战略、核心竞争力、治理结构、企业文化等方面均有着独到的观点与成功咨询实践。

<<死去还是活来>>

书籍目录

前言

本书是什么与不是什么

第一章

企业生存的根基

第一节 这个企业还有救吗？

第二节 中国民营企业为什么那么脆弱？

第三节 西方现代企业制度的精髓以及在中国的实践

第四节 文化是企业生存的基础

第二章

日本企业为什么

第一节 松下公司的故事

第二节 京瓷公司的故事

第三节 日本现代企业之父涩泽荣一

第四节 企业文化研究源于日本

第五节 从日本的国民精神看日本企业的凝聚力

第六节 中日企业对比研究

第三章

成也文化败也文化

第一节 国际企业连发丑闻事件的背后

第二节 联想的并购成功与TCL的并购失败

第三节 文化主导着企业的发展轨迹

第四章

揭开企业文化的面纱

第一节 企业文化不是什么

第二节 企业文化是什么

第三节 企业经常陷入的文化误区

第四节 企业文化的本质

第五章

企业文化与企业战略

第一节 愿景—基业长青企业的基础

第二节 使命—优秀企业的前进动力

第三节 愿景使命的误区

第四节 愿景?使命?战略

第五节 战略必须建立在文化基础上

第六节 优秀企业文化核心理念案例

第六章

核心价值观是企业文化的核心

第一节 谁拯救了非洲古老部落？

第二节 核心价值观实质

第三节 核心价值观对企业的意义

第四节 案例：GE核心价值观研究

第五节 案例：某民营企业核心价值观的案例研究

<<死去还是活来>>

第七章

企业主与企业文化的关系

第一节 老板是企业的天花板

第二节 企业主的文化意识根基是产权意识

第三节 企业主的价值理念源自潜意识

第四节 案例：柳传志的潜意识决定了联想的结局

第五节 案例：为什么乔布斯的极端性格既成就了他又毁了他

第八章 人的文化修炼

第一节 潜意识的成因与修复途径

第二节 家庭系统排列与其他潜意识改善方法

第三节 中国文化精粹的修炼

第四节 案例：一个企业主通过修炼改变企业的故事

第五节 人的能量等级及其对研究人类的意义

第九章

企业文化咨询设计

第一节 企业文化诊断

第二节 文化核心理念的设计

第三节 文化白皮书设计

第四节 企业文化体系及其推广

第五节 文化咨询项目的风险与控制

第十章

企业文化咨询案例研究

第一节 案例：某特大国有企业文化项目

第二节 案例：某民营制造服务型企业文化项目

第三节 企业文化咨询项目关键点总结

参考文献

后记

<<死去还是活来>>

章节摘录

本书实际上讲了两件大事：一个是讲中国企业目前遇到的深层次问题是什么？以及如何正确认识这些问题；另一个是讲要解决中国企业的深层问题怎么做？传统的一些手段明显是成效有限了，还有别的什么方法吗？这样引出一系列在未来能解决企业问题的方向（approaches）。实际上，本书是在两个看似无关的大事上搭了一个桥，虽然我们还不能提供扎实的案例告诉大家：说这个桥已经建成了，可以肯定地将两件事链接起来了。但是类似的事情在最发达的国家已经实现，看来这个大方向是确定无疑的了。所以，细心的读者一定能感觉到，我们一方面以现实的案例说着当下的事，另一方面，立足点已经延伸到未来，在呼唤那些“呼之欲出”的未来之道了。好在这个大方向一方面与中共中央提出的“文化兴国”方针暗自相合，也与众多担忧国家前途的有识之士的治国策略合拍，另一方面，确实是全球范围内越来越明显的“灵修”之风带动的结果。总之，本书“搭桥”的目的是达到了。至于如何验证这些方法，以及如何在企业中看到实效案例，那将是在一两年后笔者的另一部书的任务了。

中国有句古话：“说君以奇，说臣以利”。意思是向君王进言时，要讲出奇制胜（或奇技淫巧）的招数，而不是真正的君王之道；与大臣打交道，要以利益为前提，而不是如何公心辅国。

这不仅符合中国古代社会的大多数情形，也很符合中国现代社会的风貌。我们看看现在书市上的状况就清楚了，销量最大的是讲营销（包括广义营销）的书，老板最欢迎此类书，因为它是告诉老板怎么多赚钱的；其次是讲管理的，也受欢迎，它告诉老板和经理们怎么管好员工，让他们老老实实地干活，间接赚钱的；再有就是讲财务的，告诉老板和经理们怎么理财，怎么避税，是为老板管好钱的。

这与上面的那句古话吻合的很好。

我们发现在茫茫书海里，罕有对老板直陈谏言的书籍，大概这样的书老板不太爱看，或者看着不舒服吧。

真是“存在的就是合理的”，自古能认真听进谏言的君王就极少，唐太宗李世民是做得最出色的一位，魏征的谏言虽然听着不入耳，但李世民还是坚持听到他死。魏征死后，李世民叹道：夫以铜为镜，可以正衣冠；以古为镜，可以知兴替；以人为镜，可以明得失。

朕尝宝此三镜，用防己过。今魏征殁逝，遂亡一镜矣。

唐太宗善听谏言，从而造就了延续三百年的唐朝帝国盛世，成就了中国在当时世界上的政治经济文化中心地位。

其他朝代的长短似乎与能否听谏言有某种联系，其中最短的隋朝恰好是隋炀帝杨广不听一句谏言而草草垮台的。

本书是一部从正面陈述中国企业问题的书，与很多书不同之处是：不是简单地重复分析那些表面的原因，而是直指要害地说出“中国企业的问题，主要就是企业老板的问题”，要想改变企业的局面，企业老板必须首先正视自己的问题，以积极的态度修炼自己，改善自己。

修炼的程度直接导致企业改变的程度。

为此，本书以大幅篇幅介绍多种修炼的途径：可以从西方现代心理学角度，也可以从中国传统文化角度，还可以从最新的“能量场”角度来修炼与提升。

我们看到：以前企管类书大多是以“向外”的角度在讲问题，告诉领导你管理系统不对了、管控也出问题了，员工也不敬业了；现在希望大家以“向内”的角度看问题，企业有问题，首先是企业主（owner）的问题。

<<死去还是活来>>

先解决自己的问题，再解决系统问题与经理和员工的问题，而且经理与员工们要想解决他们遇到的问题，也是同理先看自己的问题。

这时我们会发现解决原来看似“难以解决”的所谓管理问题将易如反掌。

这样做，管理咨询中的成果才能最大化。

甚至企业主哪怕只改变10%，映射到咨询成果上的成效都会成倍增加。

……

<<死去还是活来>>

媒体关注与评论

《死去还是活来》对中国企业的发展瓶颈给出了一个判断，对如何改进也提出了新思路。卓越企业都是从死去的必然王国走向活来的自由王国。

——北大纵横管理咨询集团创始人 王璞 一个老鼠的基因和一个人的基因有90%是相同的，而恰恰就是那10%的不同，决定了谁长成了“老鼠”，谁长成了“人”。我想，企业组织的发展与成长也是如此，一个好企业与一个有问题的企业其实有90%的管理基因是相同的，而正是那10%的管理差异，决定了谁最终长成了企业中的“人”，而谁则成为了企业中的“鼠辈”！

——智囊传媒总裁 傅强 如果企业家们用苏格拉底诘问法认真地追究自己的心，直到把自己问个底掉，就很容易从内在逻辑推理出自己的企业是死、是活、还是半死不活。

——汇灵嘉诺管理顾问公司首席合伙人 陈玲

<<死去还是活来>>

编辑推荐

以向内的力量解决问题，企业的命运其实在你自己手中！

《死去还是活来：中国企业的发展瓶颈与脱困之道》不是什么？

不是一部管理咨询教科书！

不是一部企业文化宣讲材料！

不是一部工商管理理论教材！

也不是一部单纯讲企业故事的书！

本书是什么？

是中国企业目前生存现状的实录！

是提出目前管理理论尚不能解决的企业问题！

是提出了深刻思考中国企业问题的新视角！

是提出了解决中国企业问题的新的切入点！

是一座连接企业问题与最佳解决之道的桥梁！

本书的作用！

揭示中国企业发展的规律！

找到阻碍企业发展的真正原因！

启发帮助企业领导者和管理者认清真相、去除误区！

从以往一切解决问题的思路为“向外”转变为所有解决问题的思路为“向内”帮助中国企业早日能在世界舞台上真正腾飞！

<<死去还是活来>>

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>