

<<野蛮生长的秘密>>

图书基本信息

书名：<<野蛮生长的秘密>>

13位ISBN编号：9787504731791

10位ISBN编号：750473179X

出版时间：2009-12

出版时间：中国物资出版社

作者：付巍，梁素娟 编

页数：380

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>

<<野蛮生长的秘密>>

前言

2008年10月24日，合俊玩具厂厂区外，成群的工人正在利用报纸、招聘信息栏等各种渠道找工作。这个场景只是东莞甚至是中国制造业工厂的一个典型镜头。合俊集团，全球最大的玩具代工商之一，港资上市公司，在玩具界举足轻重。在世界玩具五大品牌中，合俊已是其中三个品牌的制造商。10月15日，它旗下设在东莞樟木头的两家工厂，合俊玩具厂和俊领玩具厂同时宣布倒闭。当天，合俊股票也宣布停牌，停牌前每股股价为0.08港元。

合俊倒闭原因的复杂性不言而喻，有全球金融危机冲击、人民币升值、劳动力成本增加、原材料成本上涨等外部因素，投资福建银矿这一跨行业扩张所导致的资金链紧张则是一根导火索。现金流紧张导致企业破产已经不是新鲜的事情。

目前流行一句话：现金流比妈妈还重要。抛开理论层面不说，现金流对于企业存活的重要性可见一斑。

合俊在金融危机中倒闭并不是个案。金融危机下各国都开始“节衣缩食”，纷纷减少订单，削减投资，这样，原来依赖外国资金和市场的企业，就没有资金和市场了。

南方以制造业和以外贸为生的私营企业自然是首当其冲，一系列困难随之而来。

另外，内部经营不善也是企业倒闭的主要原因。不经历风雨怎么见彩虹，没有历经大风大浪的企业，就算发展起来了，以后也会留下的后遗症。这在中国企业发展史上有太多先例了。

金融危机正是给私营企业上的一堂危机课，它能锻炼企业危机调控能力，从而发现企业内部及外部的各种不足，并且加以改善。

<<野蛮生长的秘密>>

内容概要

马云曾说过，今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但是大多数人死在明天晚上，看不到后天的太阳。

管理没有最终的答案，分析和总结失败背后的根本原因，找到医治企业各种疾患的锦囊妙计是每个管理者的终极命题。

本书最大的特点是集中了优秀企业家的成功经验，以丰富多彩的商战实例为素材，融深刻的哲理和切实可行的操作方法于一体，总结出了私营企业做强做大的200条锦囊妙计。

比锦囊妙计更重要的是锦囊妙计背后的思维方式。

从这个意义上讲，本书传递的不仅是企业做强做大的方法，更是不断创新、不断探索的精神，置之死地而后生的智慧，勇于开拓的勇气，以及自主自立的民族情感。

这也正是一个私营企业做强做大不可缺少的精神内涵。

<<野蛮生长的秘密>>

作者简介

付巍，毕业于武汉大学，后在长江商学院修习MBA。
现为陕西商贸学院副院长。
同时担任多家大型企业的顾问，对企业管理有自己独特的见解及丰富的实战经验。
作者坚持在实践中验证真知。
以真知造福企业的理念。
并付诸实践。

梁素娟，毕业于北京大学。
长期游历于大学校园、外企、民企。
现供职于图书公司。
作者立志开拓书业蓝海。
为众多亟待扬帆出海的企业借得东风。
近年来执著于名企图书策划。
让更多企业的管理经验得以传播。
曾参与策划、出版图书50多种。

<<野蛮生长的秘密>>

书籍目录

绪言 揭示民营企业“十大经典死因”1.淹死：国际化浪潮袭来，弄潮儿呛水2.卡死：指定进口，不喜欢“自家孩子”3.胀死：盲目多元化，消化不良4.挤死：专业化之路越走越窄5.等死：现金流断裂6.冤死：在舆论中沉沦7.老死：行业的灭顶之灾殃及鱼池8.被拖死：管理素质跟不上扩张步伐9.冻死：倒在危机的严冬，等不到春天的太阳10.折腾死：提前给裁员打好预防针

第一章 跟“三十六计”学多元化兵法11.围魏救赵：李嘉诚把鸡蛋分篮装12.连环计：轮次收入模式成就迪斯尼帝国13.以逸待劳：乔布斯多元创新14.反客为主：钱伯斯40%的时间会见客户15.偷梁换柱：英特尔革自己的命16.树上开花：QQ四面出击17.抛砖引玉：聚成相关多元化18.走为上：咎圣达不断否定自我19.金蝉脱壳：邵逸夫一生数变20.无中生有：孙正义纵横IT业

第二章 十大“牛角尖”的专业化真经21.汽车疯子的梦想：让吉利汽车跑遍全世界22.一切皆有可能：专一化道路打破发展瓶颈23.阿里巴巴：看似多元合作，只为专注电子商务24.新东方：英语培训产业化25.“小王之道”：梁伯强专注于“夕阳产业”26.美的：不盲目多元化，自有主心骨27.全心全意做好每件事，星巴克咖啡香飘全球28.大西洋电缆，为目标痴狂29.通用电气业务战略：要么数一数二，要么整顿出售30.格力“工业精神”：专注如一，耐住寂寞

第三章 差异化“桃源”住着世外神仙31.蓝海创意面前，生意不平等32.美兆医院，旧市场开辟的新疆界33.聚成“培训超市”，颠覆行业规则的鲇鱼34.当当与光合作用，创造“悦读”新优势35.湖南卫视跳出娱乐红海，脱颖而出36.中电集团，传统行业一揽长尾37.海尔集团市场细分四大讲究38.全心服务实现差异化39.蒙牛乳业，两种市场创新赢得差异化40.格兰仕，技术创新赢得差异化

第四章 做大还是做强实力说了算41.阿里巴巴：凭借新技术打败旧霸主42.格兰仕：靠整合资源做强做大43.飒拉服饰：产业链高效整合44.西洋集团：产业链自我循环45.盛大网络：贸工技模式的成功46.美特斯·邦威：“虚拟经营”之道47.企业办学--企业做强的“后花园”48.联想集团：中国企业走出去49.李嘉诚：稳健中不失勇气50.立源基金与本田摩托：在冷门处迅速做大

第五章 触动企业家神经的“十大创富模式”51.逐日英雄瞄准太阳神的钱袋--皇明太阳能52.盛大，可以代表一种新的经济模式53.聚诸侯以令天子--网盛54.逆向打通价值链--龙的集团55.“牙科的星巴克”--佳美口腔56.将广告搬进出租车内--触动传媒57.导航舵手--阿拉丁58.用户就是股东--价值中国网59.雅昌，艺术市场的风向标60.变废为宝的循环产业链--湖南经仕

第六章 价格战不是“降价屠城”61.格兰仕是“价格屠夫”还是“价值教父”62.海尔提高附加值的策略63.国美，直接低价出击64.创维靠技术创新抵御价格战65.苹果“山寨机”策略66.长虹：价格战就是实力战67.金山病毒式营销的“蓝色革命”68.当当低价秘诀：靠“量”赚钱69.清华同方：步步抢先，步步为“赢”70.吉利：成本控制征战全中国

第七章 抓一手好牌不如打一张品牌71.两条腿走路，贴牌创牌同时进行72.央视黄金段打品牌，居然之家逆市而为73.砸冰箱，砸空调，就打质量这张牌74.先创品牌再创汇75.借别人的嘴树立自己的品牌76.赈灾英雄王老吉叫响网络品牌77.超级女声，唱响了一个产业链78.先见之明，周大虎全世界注册“虎牌”商标79.动向以资本驾驶Kappa奔上快车道80.李宁：点亮奥运火炬，照亮民族品牌

第八章 勤修内功才能厚积薄发81.沟通是一切管理的浓缩82.听不到不同意见就不决策83.智力最值钱，权力最不值钱84.企业发展也要以人为本85.纪律与温情要两手抓86.西方制度兼顾东方情理87.向杰克·韦尔奇学习改革官僚作风88.“走动管理”增强企业活力89.与时俱进，塑造全员变革心态90.企业变革的五大着力点

第九章 私企三重门之“危机门”91.百度“竞价门”，一个关于商业模式的问题92.分众“垃圾短信门”，推脱和回避不是最终的办法93.不触民族情绪这根高压线94.万科“捐款门”，企业家应谨言慎行95.华硕“黄静事件”，善待消费者不能在出事之后96.要有承担危机的勇气和坦然面对的态度97.汇源“并购案”，商业行为与国籍无关98.东航“返航门”，应吸取主动亮丑经验99.平安高管“年薪门”，应成为人心涣散时的强心剂100.娃哈哈的“偷税门”

第十章 私企三重门之“寒冬门”101.张瑞敏，农村市场有春天102.李书福，冬天，战略转型好时机103.王永庆，冬天锻炼基本功104.柳传志，低价收购的好机会105.任建新，抓住危机中的机遇106.任正非，危机意识加资金储备107.赵勇，靠乐观坚忍度过两次寒冬108.郭广昌，复星过冬五大策略109.彭小峰，经过危机历练才能强大110.唐骏，以踏踏实实的心态做企业

第十一章 私企三重门之“融资门”111.温州正泰三次稀释股权112.创业期靠人脉融资113.从做企业到做资本114.借资本市场实现产业突围115.牢牢掌握控股权116.资本运作为整合资源不为“圈钱”117.强者愈强，上市的马太效应118.商业地产证券化，开发商逐步走向成熟119.文化差异，海信并购科龙的败局120.股份的人力市场，留住人才

<<野蛮生长的秘密>>

第十二章 营销中的博弈论121.营销博弈的关键不在商品122.酒吧博弈，成功不走寻常路123.正和博弈，市场竞争也可共赢124.重复博弈，营销要讲诚信125.信息博弈，营销的基本功126.智猪博弈，借势成功127.营销心理学之一：利用互惠心理先合后得128.营销心理学之二：找准对方的喜好再说话129.营销心理学之三：利用服从权威意识做生意130.营销心理学之四：用利益打动客户第十三章 向教条宣战：合理利用政治关系131.吉利的“准生证”132.为内蒙古喝彩133.方舟集团，民招官，空降政府官员134.领导视察潜力无限135.美的，合理利用政治条件136.用友，向政府推销服务137.冯仑的“色戒说”138.联想和政府的关系139.让达能成为全民公敌140.鲁冠球：“万向无小事”第十四章 千里放权一线牵141.美的：放权不是放任自流142.联想：找准公司发动机，然后提供舞台143.方太：放权儿子淡出女儿144.红蜻蜓：家族企业如何产生距离美145.顺驰：老总就应该只管战略上的事146.阿里巴巴：不靠控股来控权147.北生药业：做轻松的管理者148.王石的管理三原则149.思科：全员持有期股150.长江实业：任人唯贤不唯亲第十五章 没有执行力，一切都是空谈151.星巴克快速扩张152.富士康，速度优势成为核心竞争力153.戴尔，流程制胜154.手拿《国美手册》就可以开店155.联邦，“不计代价，使命必达”156.陈安之，“听话照做”157.万科，全方位保证流程和文件不走样158.摩托罗拉的“自我承诺”：用目标决定方法159.三星，完美化解速度经营与组织架构的悖论160.台塑，决策尽在“午餐会报”第十六章 私企没啥不能没文化161.海尔，每个人都是创新的动力162.宝洁，备忘录只能用一页163.三星：海纳百川，为我所用164.诺基亚，与员工分享公司的管理165.美的，静水流深，低调务实166.星巴克，温情永存，顾客永驻167.沃尔玛，今天的事情今天做168.微软，狂热的激情文化169.松下，造物先造人170.华为，艰苦奋斗是魂第十七章 念好“才经”才能管好“财经”171.给人才戴上“金手铐”172.为人才选好“座位”173.正泰集团的三大用人之道174.如何用好企业中的“二流人才”175.危机意识和压力要传递到每一个人176.因事择人--柳传志用人的道与术177.新东方，拉动一个行业的收入178.赛马不相马的经典演绎179.使用就是对人才的培养180.让员工忠诚不是让他做一个听话的木偶第十八章 富过三代，破解家族企业的传统诅咒181.选对接班人，注重职业化182.突破亲情桎梏，用人选贤任能183.不要让产权不明成为“定时炸弹”184.“杯酒释兵权”的学问185.管理好薪酬，为企业增加竞争的动力186.明确定位，家族企业常青之道187.家长再大，还得依法办事188.突破家族企业融资困境189.现代企业管理制度不是“紧箍咒”190.企业文化铸就百年老店第十九章 十大标杆人物的经商之道191.李嘉诚，“天地人”的哲学192.孙宏斌，吃龟苓膏，喝忘情水193.任正非，“杞人忧天”有何不可194.何享健，不变就是死路一条195.刘永好，新农村建设领跑者196.俞敏洪，从绝望的大山砍希望的石头197.史玉柱，营销手段汇集的人气转化为财气198.董明珠，要有主导和改变市场的能力199.尹明善，老骥伏枥，志在千里200.卢文兵，打造中国的百年老店

<<野蛮生长的秘密>>

章节摘录

改革开放的浪潮为企业带来了焕然一新的春风，也带来了更为惨烈的市场竞争。特别是在中国加入WTO以后，私营企业面临着国际大军的猛烈袭击，都开始有了如临大敌、草木皆兵的感觉。

世界是平的。

从现实来看，许多私企早已在风浪中倒下了。

苏泊尔、小护士、南孚等企业都在狼烟四起中被外资企业并购。

国际“大鳄们”将竞争的深度、广度和强度都提升到了一个新水平，这就要求私企的经营管理、人才跟进、战略思维迈上新台阶，单凭过去的经验，已是独木难支了。

在这次国际化大潮袭来之时，很多令国人骄傲的民族品牌都纷纷呛水，娃哈哈就差点被外国的海水淹死。

娃哈哈与达能的合作始于1996年，当时杭州娃哈哈、法国达能公司、香港百富勤公司共同组建合资公司，持股比例分别为49%、49%和2%。

后来，亚洲金融风暴之后，香港百富勤将2%股权转让给达能，从而使达能获得了51%的控股地位。

在此后的几年时间内，娃哈哈集团在我国西部、革命老区和三峡库区等地投资设立非合资公司，2006年总资产达56亿元，利润10.4亿元。

2007年4月3日，达能突然曝出消息：欲强行以40亿元人民币并购娃哈哈集团非合资公司51%股权。

听到这个消息之后，娃哈哈创始人宗庆后表示强烈不满，认为自己与娃哈哈集团进入了达能的圈套。

随后，娃哈哈员工、经销商陆续发表声明支援宗庆后，抵制达能的并购行为。

2007年4月11日，达能在上海召开新闻发布会，称已于4月9日正式向宗庆后发出通知函，对其提起诉讼。

双方合作陷入僵局。

直到12月21日，双方经过将近8个月的纷争，终于发表联合声明，同意结束对抗，回归和谈。

“达娃”之争是本土企业与外资最激烈的一次正面交锋，甚至惊动了中法两国高层，两国频繁通过外交途径试图化解此事。

娃哈哈集团董事长宗庆后有些无可奈何，毕竟难同大鳄抗衡，只得扛起民族主义的大旗，抵挡“帝国主义”的入侵。

娃哈哈被狠狠地呛了一口水之后，总算抓住救命稻草重新上岸。

<<野蛮生长的秘密>>

编辑推荐

今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但是大多数人死在明天晚上，看不到后天的太阳，马云如是说。

管理没有最终的答案，分析和总结失败背后的根本原因，找到医治企业各种疾患的锦囊妙计是每个管理者的终极命题。

但凡是伟大的公司都有一个共同的特点，那就是，时刻保持足够的危机意识和足够的谦虚学习的胸怀。

<<野蛮生长的秘密>>

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>