

<<全球化生存>>

图书基本信息

书名：<<全球化生存>>

13位ISBN编号：9787506009423

10位ISBN编号：7506009420

出版时间：2006-10

出版时间：东方出版社

作者：张远昌

页数：269

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>

<<全球化生存>>

内容概要

每个时代都有其标志性阶层的产生，新的舞台应用新的人物的表演。

占据了舞台核心的中国新一代商人，在这裂变时代遇到了太多的焦虑与困惑，他们有的裂而未变，有的变而未裂，但都没有取得裂变所产生的巨大能量。

中国企业取得裂变效应的那滴水又在哪里？

此书跟您一起寻找答案。

本书中，作者试图阐述中国企业目前的现状、面临的焦虑问题以及试探地探讨出路。

反映当代时局棱镜所折射出来的“商业事实”披露一个正在浮现的中国现代商业秩序。

本书围绕商业环境、企业家精神、企业家技巧三个核心话题展开论述。

企业家精神在本质上是一项实践工作，商业精神是通过实践来培养的，书中的许多微型案例也是一种有益的指导。

该书试图提供一套培养企业家精神的全过程。

相信那些创业者和潜在创业者以及正在迈入企业家行列的有志之士、企业管理人士和普通职员，通过阅读该书，定能培养起自己的企业家精神，然后再掌握企业家技巧，在中国的商业土壤上取得成功。

<<全球化生存>>

作者简介

张远昌，《物流世界》杂志社主编，亚太物流发展战略研究中心研究员，长期关注互联网发展。著有经管类畅销书《搜主义：Google持续成长的秘密》，主编有物流经理人实务丛书《电子商务与信息管理》等6册。

<<全球化生存>>

书籍目录

背景与思索 第1章 我们是什么，不是什么 1.1 这是一个怎样的时代 1.2 世界，我们来了 1.3 我们的弱点 1.4 我们的未来 第2章 从美国看中国：我们是对手吗 2.1 我们是对手吗 2.2 美国企业为什么能基业长青 2.3 中国缺少企业家精神吗 2.4 中国企业家为什么短命 2.5 中国真的没有企业家产生的土壤吗问题与检讨 第3章 商业精神缺钙症 3.1 突破，期待文化动力 3.2 传统：穿过时空的隔阂 3.3 向大师学习：从移植到再造 3.4 MBA，商业领袖的坟墓 3.5 我们到底需要什么 第4章 寻找技术中国 4.1 工业革命还会第二次绕过中国吗 4.2 外国“技术刀叉”吞食中国盛宴 4.3 核心技术困局 4.4 打破标准枷锁 4.5 学会使用技术 第5章 品牌的天花板 5.1 品牌的魅力：让诱惑自发传递 5.2 自家的娃跟了别人的姓 5.3 代工：狐假虎威的游戏 5.4 品牌短板有多短 5.5 当代的耐心 第6章 海外狂奔的中国土狼群 6.1 孤岛心态致使缺乏狼性 6.2 征战海外的足迹 6.3 跨国大刀该如何挥舞 6.4 海外没有安全岛 6.5 我们的智慧 6.6 海外交购的快感能持续多久 第7章 家族企业的蝶化之舞 第8章 财富责任，集体欠缺的通行证前瞻与行动 第9章 不长大的快乐 第10章 商界精英：向上生长的力量 第11章 海外华商与中国商业主义 第12章 新生代企业家的躁动 第13章 未来20年的拷问

<<全球化生存>>

章节摘录

书摘1.2世界，我们来了 一个强大的国家，必须要有强大的企业作支撑。

从一定意义上说，中国的崛起，就是中国企业的崛起。

如果我们足够强大，那么，国门将不再是一个难以突破的藩篱，在强者的定义中，门与墙只不过是

对自由的分割而已。
中国商人们在累积了20年的能量之后，胸中开始重新燃起对于强大的热望，并把跨出国门当作一次超越与升华的标志，这几乎就和鲤鱼对于龙门的热望一样。

中国企业所缺的，正是这种热望。

无疑，这种热望是一种促使企业与企业家的智慧与理性燃烧得更为充分的激情。

而许多企业却把跨出国门当作一种目标，并把这当成智慧与理性本身。

有朝一日自己企业的名字出现在世界500强的榜单上，这是许多有实力的中国企业的梦想，他们渴望通过世界500强的排名来证明自己。

然而，令我们感到遗憾的是，为数不多的中国企业之所以能挤进世界500强排名，几乎都是凭借垄断性资源或行业优势取得的，并非真正靠自己的市场竞争能力而获得。

许多中国企业对于500强的梦想，几乎就像文学青年对诺贝尔文学奖的热望一样。

当这种梦想变成一种大众的社会心理时，一些现象也许会让许多人感到惊诧莫名。

曾有一段时间，重组合并突然成为了一个热门词汇，许多地方通过行政手段组合兼并，外表上看起来几个瘦子捆起来的胖子很大，但实质上却虚弱得不堪一击。

这让人联想起了互联网泡沫时期概念就能卖钱的迷茫与尴尬。

中国企业在海外市场的拓展方式上也为人诟病。

与韩、日企业在国际市场上抱团作战不同的是，许多中国企业在国外成熟市场上大打价格战，导致许多中国产品频遭西方“反倾销”的指控。

在拓展国际市场方面，许多国外公司无疑具有比中国企业丰富得多的实战经验。

他们干脆把自己的生产车间搬到了中国，充分利用中国的低人力成本制造出高质量的产品，然后通过自己的品牌优势和销售渠道销往全球市场。

试问，在这种形势下，只会打价格战的中国企业还有什么优势可言吗？罗兰·贝格先生是著名的罗兰贝格国际管理咨询有限公司的创始人兼总裁，他认为中国企业要在国际市场获得成功，首先必须在本国市场上打败国外企业。

罗兰·贝格举例说，德国SPA公司就是在德国本土击败了美国企业之后，才慢慢成长为一个跨国企业的。

如果中国企业不能首先在国内市场战败国外企业而盲目地到国外去扩张，那么在未来的某一天，中国市场也许会成为国外跨国企业投资设厂的殖民地。

如果能够在本土市场上击败国外企业，那么，这将大大压缩其利润空间，实际上也降低了它获得国外多余剩余资金的能力，其海外扩张的能力也会慢慢减弱。

这在一定程度上降低了中国企业今后走出去的竞争压力。

目前，全球经济一体化已经势不可挡。

如果仅仅关注国内市场，那么中国企业就永远不会成为国际市场的游戏规则制定者，中国也无法造就一批足以支撑国力的强势企业，这是一个关乎企业和国家命运的关键问题。

实际上，中国企业被忽略的一个巨大的优势，就是需求庞大的本国市场。

中国市场是庞大，同时也是复杂的，比如地域广阔、各地经济发展水平不均衡、各地具有自己的方言与法规。

“内地市场简直就是一个国际市场”，香港物流协会会长王辅华曾对笔者如此说道。

在他看来，如果中国企业能在本土市场上击败外国企业，那么在国际市场的较量上也不会落于下风。

联想是成功实施国际化的中国标杆企业。

在收购IBM PC业务之前，联想并没有大规模国际化，而是多年来在中国市场精耕细耘、连续夺得中国和亚太区PC销量冠军。

<<全球化生存>>

在累积了足够的实力之后，原来的市场资源有限，要突破成长的天花板就必须走向国际市场。

于是，联想适时地收购了IBM的PC业务。

在时机选择方面，一切都似乎是水到渠成。

因此，在经过二十几年的实力积累之后，如何选择一个扩张的时机成了许多中国企业成长壮大的关键。

毕竟，资本无国界，要想成为一个真正的强大企业，就必须把全球市场当作自己表演的舞台。

在本质层面，国家与国家之间的竞争就是生产关系先进与落后之争，也就是政治体制、社会结构优劣之争，而这种竞争目前主要通过企业与企业之间的竞争来实现。

企业与企业之间的竞争，几乎就是企业家能力、水平与智慧的竞争。

造就一大批优秀的企业家是中国经济发展的迫切需要，也是中国实现民主法制、社会整体进步的需要。

因而，中国企业要在本土市场上打败国外公司，进而进军全球市场，都要仰仗一批世界级的企业家。

这是一个呼唤企业家的时代，整个社会都能感受到这种企业家缺位所带来的巨大压力。

当我们展望这个民族的未来时，当我们做国家经济发展5年、10年甚至50年规划的时候，当我们制定社会进步检测指数的时候，当我们盘点国家结合实力的时候，当我们进行战略资源统计的时候，都应该把拥有多少世界级的企业家作为重要条件。

一个不能产生世界级企业家的民族是贫乏的民族，一个不能让全球分享自己产品的国家是落后的国家。

世界级企业家和其所创造的世界级名牌产品。

是民族精神和国家荣誉赖以传遍世界的最有效载体。

在这个全民创业的时代，几乎每个人都有成为企业家的冲动与渴望。

而真正的企业家只能是在市场竞争中依靠其对社会生活的深刻洞察力，承担社会责任和在为社会贡献力量中成长起来的。

企业家的培养是一个系统的工程，学校给予了企业家哲学、人文社科、专业基础知识以及技能和能力的训练，而市场的实践，则锻造与锤炼了企业家的管理才能。

一个伟大的企业，足以发现和培育一个行业，并拉动这个行业向前发展，如微软之于软件业、Google之于网络搜索业。

比尔·盖茨、佩奇与布林都是白手起家，并分别在软件业和搜索引擎业创造出一番天地，他们都是引领着一个行业、引领着一个民族甚至人类向前走的英雄人物。

中国的历史从来不乏英雄和榜样。

但在商业领域，寻找一位“带头大哥”式的领袖人物却如寻找中国足球的球星一样艰难。

在数以万计的中国企业家当中，谁又能成长成为中国的商业领袖呢?P7-10

<<全球化生存>>

媒体关注与评论

书评 作者是个青年学者，力图对目前的中国商业与中国商人以及未来商业力量有一个全景式的思考与探究。

这种关注商业、探索商业真谛的热情值得赞赏。

——著名经济学家 萧灼基该书试图提供一套培养企业家精神家的全过程。

通过阅读该书，有志于商业的读者定能培养起自己的企业家精神，然后再掌握企业家技巧，在中国的商业土壤上取得成功。

——暨南大学副教授 萧端诚如书中所言，这是一个中国企业大裂变的时代。

这本书描述了中国企业的一些现状和困惑，并提出了相关见解，在此乐意推荐。

——联邦快递中国区总裁 陈嘉良

<<全球化生存>>

编辑推荐

著名经济学家萧灼基鼎力推荐，全球化生存：裂变中国现代商业力量的批判与再造，第一部深入思考与探究中国商业力量的力作。

作者作为青年学者，力图对目前的中国商业、中国商人以及未来的商业力量有一个全景式的思考和探究。

这种关注商业、探索商业真谛的热情值得赞赏。

——著名经济学家 萧灼基 该书试图提供一整套培养企业家精神的方法。

通过阅读该书，有志于商业的读者定能培养起自己的企业家精神，掌握企业家技巧，在中国的商业土壤上取得成功。

——暨南大学副教授 萧端 正如书中所言，这是一个中国企业大裂变的时代。

这本书描述了中国企业的一些现状和困惑，并提出了相关见解，在此乐意推荐。

——联邦快递中国区总裁 陈嘉良

<<全球化生存>>

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>