

<<创业大救援>>

图书基本信息

书名：<<创业大救援>>

13位ISBN编号：9787506021548

10位ISBN编号：7506021544

出版时间：2005-2-1

出版时间：东方出版社

作者：何翔皓,张一平,何建新

页数：308

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>

<<创业大救援>>

前言

2004年8月的一天，北京西部地区的一家宾馆的一间客房里，“创业大救援”摄制组的成员散乱地坐在椅子上、床上、窗台上、写字台上，总导演李艳峰滔滔不绝地在讲拍摄思路。

这是“创业大救援”摄制组的第一次正式会议。

“创业大救援”是中央电视台经济频道的“十一特别节目”，从10月8日开始播出，每天播出一集，每集三十分钟，共播出八集。

“创业大救援”是专题片的形式，讲述的是八家企业在创业过程中遇到了危机，专家组对他们进行诊断，提出解决问题的思路，然后八家企业按照专家的建议执行，终于获得成功的故事。

总导演李艳峰提出了三项要求：第一，救援环节完整；第二，真人秀、秀专家；第三，每集拍摄时间三天。

所谓的“救援环节完整”指的是要有专家调查的环节、专家诊断的环节、专家出方案的环节、企业执行的环节、企业获得成功的环节。

所谓的“真人秀”指的是要实拍救援过程，没有事先设计的剧本，专家不能事先把救援的方案与企业交流，不能事先设计救援过程。

按照李导演的说法，如果事先设计剧情，拍摄出来的表情就特别的假，因为无论企业领导还是专家都不是专业演员。

所谓的“秀专家”指的是救援过程中专家要有智慧上的亮点，调查过程、诊断方法、救援思路不仅对被救援企业有用，而且对电视观众也有用。

按照李导演的说法，中央电视台是媒体，不是咨询机构，它的主要任务是服务于广大观众，而不是仅仅服务于某个具体企业。

所谓的“拍摄时间三天”指的是专家调查、诊断、出方案花一天半时间，企业执行、获得成功花一天半时间。

所以，专家的招数只能是一、两招，而且这一、两招要有立竿见影的效果。

这种巧招往往带有一定戏剧性的效果。

三位专家异口同声地说：这不可能。

三天时间救援一家面临危机的企业，并且是实际救援，不是摆拍，这几乎不可能。

李导演说：作为导演，我们不会对领导说不可能。

我们领导说过，想进中央电视台做编导的人原来排队到西单(距中央电视台地铁4站)，现在排队到大北窑(距中央电视台地铁10站)。

我们不可能，就一定有人可能。

李导演表面上说的是编导，实际上暗指的是专家。

中国人才济济，想在中央电视台上露脸的专家大有人在，才华横溢的专家也大有人在。

如果你们这几位专家不行的话，行的专家很快就顶上来。

于是，三位专家就开始按照李导演的要求，去完成几乎不可能完成的任务。

这三位专家是经营战略专家何翔皓，政策/金融专家张一平，市场研究专家何建新。

何翔皓，美国哈佛大学客座教授。

曾经担任美国哈佛大学研究员，日本首相府科学技术厅特别研究员，中国科学技术协会管理科学研究中心研究员。

1987年就在人民出版社出版了一套“中小企业实用管理丛书”，1994年开始担任拥有十万中小企业会员的日本咨询机构VENTURE LINK的高级咨询专家，1997年在APEC中小企业论坛做过主题发言人，在企业咨询方面具有丰富的实战经验。

他的解决方案是，依托自己的专业知识以及实战经验，针对性地解决企业的问题。

<<创业大救援>>

内容概要

CCTV-2的八集“创业大救援”节目在2004年10月8日至15日播出期间，受到了观众的好评，根据收视率分析，八集“创业大救援”的收视人数达到2800多万人次。一些管理咨询公司，投资公司，民间商会，中小企业，大学的商学院级中英电视台打电话和写信，希望提供“创业大救援”文字版本。

本书的写作体裁是电影本的体裁。

本书的读者基本定位在中小企业的管理人员，咨询公司和投资公司的研究人员，商学院的教师和学生，他们平时已经读了太多的理论书籍，不应该让他们再辛苦了，电影剧本可以让他们在非常轻松的、休闲的状态下去阅读，在不经意情况下接受理论和方法。

读者可以把这本书当作商战小说来读，不同的仅仅在于这本书讲述的故事是实际发生的，不是虚构的。

本书的底子是电影剧，电视剧必须考虑收视率，必须考虑观众喜欢看什么。

普通电视观众，如果看经济类节目，他们喜欢看什么呢？

他们喜欢看创新的产品或服务，以满足他们的好奇之心；他们喜欢看一个创造财富的故事，以满足他们的羡慕之情；他们喜欢看矛盾、曲白和竞争，以满足他们的消闲之意。

“创业大救援”选择的八家企业基本具有这些特征。

本书就是从这三方面去设计的。

这八家企业，他们的产品或者服务本身就具有一定的新颖性，产业背景带有很强的知识性，很容易激发普通读者的好奇心。

每个案例讲述了一个简约版的创造财富的故事，很容易让普通读者产生羡慕之情。

书中以当前经营环境作为背景，充满着矛盾、曲折和竞争，很容易让普通读者体验读小说的乐趣。

本书是一种案例分析的书。

<<创业大救援>>

作者简介

何翔皓：经济战略专家，美国哈费大学客座教授。

张一平，政策/金融专家，北京中小企业服务中心主任。

何建新，市场研究专家，中国市场研究协会的秘书长。

<<创业大救援>>

书籍目录

前 言第一章 怎样找准目标市场 一、企业的优势和劣势 二、什么是GPS? 三、车载卫星导航系统的特点 四、产品在营销学上的特征 五、企业是怎样确定细分市场的 六、有多少钱办多少事 七、为什么零售中屡遭失败 八、难道报纸里有解决难题的方法 九、街头拦截调查 十、车载卫星导航系统的经营环境 十一、找准目标市场 十二、战略执行中遇到的问题 十三、经营战略的调整 十四、一击成功 十五、资金上的伏笔 十六、最高境界是见招拆招第二章 怎样认识自己的核心竞争力 一、“大姐大”个性的企业家 二、竹炭产品的魅力 三、竹炭也专卖? 四、竹文化的深远影响 五、企业家的理想 六、一半的加盟商生意不好 七、是宣传力度跟不上? 八、是竞争者的价格战? 九、是产品不符合市场需求? 十、是缺乏资金? 十一、问题的脉络 十二、日常生活用品不适合专卖 十三、认识自己的核心竞争力 十四、超市的进入门槛 十五、如何说服政府支持自己 十六、认识蚂蚁雄兵的力量 十七、向超市要什么条件 十八、政府支持不只是资金 十九、蚂蚁雄兵果然厉害第三章 怎样拓展自己的技术优势第四章 怎样构建高效的加盟体系第五章 怎样反思企业宗旨发现增长点第六章 怎样认识产品竞争力第七章 怎样在经济泡沫中站稳脚跟第八章 怎样占领市场先机后记

<<创业大救援>>

章节摘录

书摘 所谓的“拍摄时间三天”指的是专家调查、诊断、出方案花一天半时间，企业执行、获得成功花一天半时间。

所以，专家的招数只能是一、两招，而且这一、两招要有立竿见影的效果。

这种巧招往往带有一定戏剧性的效果。

三位专家异口同声地说：这不可能。

三天时间救援一家面临危机的企业，并且是实际救援，不是摆拍，这几乎不可能。

李导演说：作为导演，我们不会对领导说不可能。

我们领导说过，想进中央电视台做编导的人原来排队到西单(距中央电视台地铁4站)，现在排队到大北窑(距中央电视台地铁10站)。

我们不可能，就一定有人可能。

李导演表面上说的是编导，实际上暗指的是专家。

中国人才济济，想在中央电视台上露脸的专家大有人在，才华横溢的专家也大有人在。

如果你们这几位专家不行的话，行的专家很快就顶上来。

于是，三位专家就开始按照李导演的要求，去完成几乎不可能完成的任务。

这三位专家是经营战略专家何翔皓，政策/金融专家张一平，市场研究专家何建新。

何翔皓，美国哈佛大学客座教授。

曾经担任美国哈佛大学研究员，日本首相府科学技术厅特别研究员，中国科学技术协会管理科学研究中心研究员。

1987年就在人民出版社出版了一套“中小企业实用管理丛书”，1994年开始担任拥有十万中小企业会员的日本咨询机构VENTURE LINK的高级咨询专家，1997年在APEC中小企业论坛做过主题发言人，在企业咨询方面具有丰富的实战经验。

他的解决方案是，依托自己的专业知识以及实战经验，针对性地解决企业的问题。

张一平，北京中小企业服务中心主任。

北京中小企业服务中心的职能是为中小企业提供公益性、扶持性的综合服务。

他的解决方案是，政府服务方面依托北京市政府各委办局，社会服务方面依托投资公司、银行、担保公司，专业服务方面依托专业技术协会，大专院校、科研院所。

何建新，中国市场研究协会的秘书长。

中国目前大约有1000家市场研究机构，中国市场研究协会网罗了大约500多家，国内外著名的市场研究机构几乎都是他们的会员单位。

他的解决方案是，依托中国市场研究协会的500多家会员单位，随时调集所需要的数据。

“不，你们公司的人问，行人回答，你们自己填。

”何翔皓没有说明街头拦截调查是有一套非常严格的操作流程的，只是告诉刘亚讯应该怎样做。

刘亚讯他们不是专业的市场研究人员，对他们讲专业调查方法意义不大，所以何翔皓只告诉他们正确的调查方法。

在刘亚讯的安排下，合众思壮的工作人员分别在街头拦截行人。

工作人员A：“先生您好。

您能协助调查吗？我们做问卷调查，几个问题请您回答一下，您购买汽车主要是用在哪个方面？”

答：“上下班。

”问：“您驾车的活动半径是多少？” 答：“200公里以内。

”问：“您购车以后，最远去过哪里？” 答：“最远的地方是石家庄。

”问：“您是同什么人一起去的？” 答：“朋友家人都去过。

”问：“您是否听说过车载导航系统？” 答：“听说过，但是没用过。

”工作人员B：“你驾车去过最远的地方是哪里？” 答：“广东。

”问：“您同什么人一起去的？” 答：“公司出差。

”问：“您了解车载导航GPS吗？” 答：“知道。

<<创业大救援>>

” 问：“知道什么车上装这个东西吗？” 答：“出租车，还有一些高档车有配备。”

” 问：“您认为这个产品的价格是多少您可以接受？” 答：“应该在5000块钱左右。”

” 工作人员C：“大姐，你好。你买了轿车了吗？” 答：“还没有。年底准备买。”

” 问：“现在购车时，都送各种各样的礼品，对你有吸引力吗？” 答：“那当然。现在就是买普通商品，哪家商场搞活动，哪家商场人就多。”

” 问：“买车送的礼品中，内饰、保险、GPS，你会选哪一种？” 答：“我选GPS，我经常找不到路。现在的道不好走。”

” 问：“你为什么不选内饰呢？” 答：“他们的内饰不值那么多钱。我找个地方自己做就行了。”

” 工作人员D：“购买车之后，有同等价值的赠送活动，您愿意选择汽车内饰、还是保险，还是说赠送您车载导航仪？” 答：“你问我啊，我还是选内饰。”

” 问：“您不要车载导航仪？它会使您行车很方便。”

” 答：“目前我不会选择这个。不然的话，做内饰还要花一份钱。”

” 合众思壮的工作人员开始的时候，还觉得有点不好意思，怕行人拒绝回答。问了几位行人以后，发现有些客人还是挺配合的，胆子也大起来了。他们努力地去完成街头拦截调查。”

刘亚讯将填完的调查表交给了何翔皓。

何翔皓翻了一下调查表，满意地对刘亚讯说：“不错，不错。我回去仔细看一下。”

” 今天要救援的企业是第三家企业，它的地理位置是在北京三环的东南角。专家的出发地是在北京三环的正西方，所以路途既不算远，也不算近。”

何翔皓、张一平、何建新三位专家在房车里，随意地坐着。

张一平闭着眼睛，在打盹，偶尔睁开眼睛的时候，可以看到，他的双眼通红通红的。

“一平，昨晚没有休息好？”何翔皓关心地问。

“是。”

” 张一平睁开通红通红的眼睛，带着倦容回答。

“怎么啦？家里有事吗？”何翔皓是三位专家中年龄最大的，有时候要担任大哥的角色。

“是。”

我母亲在协和医院住院。

最近要做心脏手术。

我晚上要去陪夜。”

” 张一平是一个工作负责，任劳任怨的人，家里有事，他从不主动说。

“我们能够做些什么？”何翔皓非常感动，他不知道该说些什么。

“不要紧，我们自己能够克服。”

” 张一平有困难的时候，总是自己想办法克服。

他又闭上了眼睛。

何建新也闭着眼睛在睡觉。

他是三位专家中年龄最小的，比何翔皓小10岁。

难道他家里也有事？” “建新，你？”何翔皓欲言又止。

何建新听到了何翔皓的问话，睁开了眼睛：“我家里没事，就是太疲劳了。”

好家伙，你说得没错，我们确实是‘加里森敢死队’，在完成不可能完成的任务。”

” 《加里森敢死队》是20年前播映的一部美国电视连续剧，当时家喻户晓。

它讲的是二次世界大战期间，美国一支突击队，深入到德军大后方，去完成各种不可能完成的任务的

<<创业大救援>>

故事。

电视连续剧中的人物都身怀绝技，英勇善战。

“是啊。

”何翔皓在开始之前，就告诉这两位兄弟这次任务的性质，最初的时候，为了形象地说明任务的难度，他就把他们这支团队形容成“加里森敢死队”。

“现在救援的企业，行业跨度太大，一会儿是卫星定位产业，一会儿是日用消费品产业，我做准备工作的时间根本就不够。

”何建新语气中带有抱怨。

“GPS企业还好，我们市场研究行业有些公司接受过客户的委托，所以还有调查报告。

就是有调查报告，我也要看看，也要消化，我看这些报告都花了七八个小时。

竹炭企业就更困难了，这是一个新兴的行业，没有企业委托过调查，没有现成的报告。

我自己到网上去查，资料也很少。

这些工作都得晚上干。

”何建新解释自己的工作情况。

……

<<创业大救援>>

媒体关注与评论

前言 2004年8月的一天，北京西部地区的一家宾馆的一间客房里，“创业大救援”摄制组的成员散乱地坐在椅子上、床上、窗台上、写字台上，总导演李艳峰滔滔不绝地在讲拍摄思路。

这是“创业大救援”摄制组的第一次正式会议。

“创业大救援”是中央电视台经济频道的“十一特别节目”，从10月8日开始播出，每天播出一集，每集三十分钟，共播出八集。

“创业大救援”是专题片的形式，讲述的是八家企业在创业过程中遇到了危机，专家组对他们进行诊断，提出解决问题的思路，然后八家企业按照专家的建议执行，终于获得成功的故事。

总导演李艳峰提出了三项要求：第一，救援环节完整；第二，真人秀、秀专家；第三，每集拍摄时间三天。

所谓的“救援环节完整”指的是要有专家调查的环节、专家诊断的环节、专家出方案的环节、企业执行的环节、企业获得成功的环节。

所谓的“真人秀”指的是要实拍救援过程，没有事先设计的剧本，专家不能事先把救援的方案与企业交流，不能事先设计救援过程。

按照李导演的说法，如果事先设计剧情，拍摄出来的表情就特别的假，因为无论企业领导还是专家都不是专业演员。

所谓的“秀专家”指的是救援过程中专家要有智慧上的亮点，调查过程、诊断方法、救援思路不仅对被救援企业有用，而且对电视观众也有用。

按照李导演的说法，中央电视台是媒体，不是咨询机构，它的主要任务是服务于广大观众，而不是仅仅服务于某个具体企业。

所谓的“拍摄时间三天”指的是专家调查、诊断、出方案花一天半时间，企业执行、获得成功花一天半时间。

所以，专家的招数只能是一、两招，而且这一、两招要有立竿见影的效果。

这种巧招往往带有一定戏剧性的效果。

三位专家异口同声地说：这不可能。

三天时间救援一家面临危机的企业，并且是实际救援，不是摆拍，这几乎不可能。

李导演说：作为导演，我们不会对领导说不可能。

我们领导说过，想进中央电视台做编导的人原来排队到西单(距中央电视台地铁4站)，现在排队到大北窑(距中央电视台地铁10站)。

我们不可能，就一定有人可能。

李导演表面上说的是编导，实际上暗指的是专家。

中国人才济济，想在中央电视台上露脸的专家大有人在，才华横溢的专家也大有人在。

如果你们这几位专家不行的话，行的专家很快就顶上来。

于是，三位专家就开始按照李导演的要求，去完成几乎不可能完成的任务。

这三位专家是经营战略专家何翔皓，政策/金融专家张一平，市场研究专家何建新。

何翔皓，美国哈佛大学客座教授。

曾经担任美国哈佛大学研究员，日本首相府科学技术厅特别研究员，中国科学技术协会管理科学研究中心研究员。

1987年就在人民出版社出版了一套“中小企业实用管理丛书”，1994年开始担任拥有十万中小企业会员的日本咨询机构VENTURE LINK的高级咨询专家，1997年在APEC中小企业论坛做过主题发言人，在企业咨询方面具有丰富的实战经验。

他的解决方案是，依托自己的专业知识以及实战经验，针对性地解决企业的问题。

.....

<<创业大救援>>

编辑推荐

CCTV-2的八集“创业大救援”节目在2004年10月8日至15日播出期间，受到了观众的好评，根据收视率分析，八集“创业大救援”的收视人数达到2800多万人次。一些管理咨询公司，投资公司，民间商会，中小企业，大学的商学院级中英电视台打电话和写信，希望提供“创业大救援”文字版本。

<<创业大救援>>

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>