

图书基本信息

书名：<<中国企业经营管理案例（第2辑）>>

13位ISBN编号：9787509608869

10位ISBN编号：7509608864

出版时间：1970-1

出版时间：经济管理

作者：张梦霞 编

页数：331

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

管理是生产力中的软件，只有通过管理才能将劳动者、劳动资料和劳动对象这三个要素有机地结合起来，形成现实的生产力。

所以，国际上对管理教育特别是工商管理教育非常重视，形成了比较成熟的教育体系，案例教学就是其中的最重要体现。

在发达国家的高等教育中，案例教学已经有了百余年的历史。

工商管理学如同医学、法学等学科一样，无论在教学、研究还是服务社会上，都离不开案例这种有效形式。

研究案例是人们理论联系实际、认识客观世界、提炼客观规律的重要途径。

通过案例教学，各层次学生不仅可以进一步消化所学书本上的理论知识，掌握基本的实践技能、方法和手段，而且还可以发现问题、提出问题、解决问题，进而达到培养创新意识和创新能力的目标。

20世纪80年代初期，邓小平同志在访问美国时主动与美国总统卡特达成协议，签署了培训中国企业管理人才、引进美国哈佛大学案例教学法的中美合作议定书，确定的项目名称为“中国工业科技管理大连培训中心”。

这个中心的目标是通过美国教授讲授美国现代化管理知识以及案例分析，使受训者能够较完整地学到美国工业企业现代化管理的基本理论和方法。

从此，我国高校开始探索式地进行案例研究和教学工作。

经过20多年的发展，案例教学已经有了一定程度的普及，人们越来越多地认识到了案例教学的价值和重要性。

然而，我国开展工商管理教育的时间毕竟较短，案例教学仍处于起步阶段，案例教学的数量和质量与国外仍有较大的距离。

北京大学光华管理学院2000年成立北京大学管理案例研究中心，承担“北大案例库”的建设工作。

## 内容概要

《中国企业管理案例（第2辑）》共收集了15个案例。这些案例横跨十多个行业，涉及代表传统产业形态的制造业、房地产开发业等，代表现代产业形态的高科技产业、通信服务业、文化创意产业等；既有反映实体经济的传统经营模式，又有反映虚拟经济的电子网络经营模式；既有对纯本土企业的探索，又有对中外合作企业的研究。总而言之，本辑案例反映着中国企业管理实践与发展的与时俱进特征和发展态势。

## 书籍目录

企业管理篇案例1 北人集团公司与日本东京出版机械株式会社 (TSK) 的战略联盟进入21世纪, 在经济全球化的背景下, 企业间竞争已经转换为产业链间的竞争。

整合优化产业链成为国内外印刷机械制造产业发展的趋势。

以胶印机为主业的北人集团在向印后技术拓展的战略进程中, 对发展途径进行了多个层次的选择: 自主研发还是引进技术?

引进技术又采用何种方式?

合资还是合作?

合作又采用什么样的合作方式?

在不断的探索与实践, 北人集团最终选择了与外国企业战略联盟的形式谋求发展。

2001年11月, 正值中国加入WTO之际, 北人集团宣布, 北人集团公司与日本东京出版机械株式会社 (TSK) 在中国的独资企业福州黄晶印刷机械公司采用OEM方式合作, 即日方设计的机器贴上“北人”牌商标上市销售。

这一日本企业为中国企业贴牌的案例, 曾被日本媒体称为“绝无仅有”。

时至今日, 北人集团公司与日本TSK公司的这一合作仍在继续。

本案例具体阐述北人集团与日本TSK公司合作的背景、战略决策与战略实施的过程, 以及这一项目实施的后续效果与对今后发展方向的思考。

一、北人集团公司概况 / 4二、印刷机械制造业的特点 / 4三、合作项目之前北人集团公司所面临的内外部环境状况 / 5四、北人集团公司与日本TSK公司合作项目的决策过程 / 10五、北人集团公司与日本TSK公司合作项目实施过程 / 13六、北人集团公司与日本TSK公司合作项目运行后续效果 / 14七、北人集团面临新的选择 / 17八、案例使用说明 / 17案例2 一个科技型企业的创业历程一个原国有大型企业的高管, 在企业和个人经历了重大变故后, 重新开始了艰苦的创业历程。

HK公司: 2009年被北京市科委、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局认定为高新技术企业、本案例依据北京HK公司董事长2009年在首都经济贸易大学MBA中心的一次案例报告整理而成。

讲述企业创业历程中战略分析、战略决策、战略实施的管理实践, 并探讨创业企业下一步的战略开发方向。

一、决定创业的起因 / 21二、战略分析: 调研、考察 / 22三、战略选择: 朝阳产业 / 26四、战略实施 / 28五、下一阶段战略实施 / 38六、案例使用说明 / 39案例3 基于汽车产业振兴规划的汽保企业发展模式及DCH集团公司的实践案例在国家汽车产业振兴规划的指引下, 置身于这一产业链中的企业有了更加明确的发展方向; 本文是基于汽车产业振兴规划的汽保企业发展模式及DCH集团公司的实践案例, 阐释了汽车产业发展中的一个专门领域——汽保行业及企业的管理目标与实践; 论述了DCH集团公司的发展历程与管理概况; 进行了汽保企业发展的环境分析, 概括了DCH集团公司汽保生产经营的基本特点, 形成了DCH集团公司的发展路径及其远景规划。

一、DCH集团公司发展历程与管理概况 / 42二、DCH集团公司的环境分析 / 45三、DCH集团公司的汽保生产经营特点 / 50四、DCH集团公司的发展路径分析 / 51五、DCH集团公司的战略远景规划 / 52六、案例使用说明 / 55案例4 云南省投资控股集团有限公司二次创业战略规划云南省投资控股集团有限公司 (简称“云投集团”) 前身为云南省开发投资有限公司, 成立于1997年9月5日, 注册资本80亿元, 是直属于云南省人民政府、由省国资委履行出资人职责的大型国有独资企业。金融危机爆发后, 云投集团努力应对全球金融危机的冲击影响, 在国际国内复杂的经济形势下, 提出了二次创业战略规划, 以图实现跨越式发展。

本文首先对云投集团进行了一次全方位的诊断, 指出了企业存在的各种问题, 并针对这些问题, 在分析了国内外的环境的基础上, 提出了二次创业方案。

一、云南省投资控股集团有限公司概况 / 59二、云投集团二次创业的目标 / 60三、云投集团存在的问题 / 61四、云投集团的二次创业规划 / 66五、案例使用说明 / 70案例5 天津移动的“10086”服务营销服务营销是电信运营商营销活动的重要内容, 也是企业取得市场竞争优势的重要途径。

本案例是一个初创案例,它聚焦于天津移动客户服务中心“10086”服务产品的服务营销理念与运作模式,系统阐述了基于多种服务产品的内外部整合营销管理及企业内外部客户满意度管理方法。

案例同时显示,天津移动服务营销的硬件支撑——通信网络,是其高效服务营销的强力支撑、天津移动基于客户需求的动态服务营销模式,为企业特别是通信企业提供了服务营销的范例。

一、背景介绍 / 73二、10086客户自助服务体系 / 77三、10086内外部整合管理 / 81四、基于客户满意度的服务绩效管理 / 84五、天津移动的服务营销支撑 / 87六、天津移动服务营销的成果及发展 / 88七、附录 / 89八、案例使用说明 / 92

案例6 北京世纪宅公司的企业文化和产业链条整合北京世纪宅公司作为一家快速成长的企业,短短的几年时间,从初创到成长为行业中实力最强的公司,本案例揭示了世纪宅公司企业文化形成的过程和其成长的秘史。

企业价值观成为公司从管理者到技术人员,从办公室职员到普通员工自觉遵守的行为理念。

企业文化是企业可持续成长的动力。

世纪宅公司是生产集成住宅的企业,产品节能、生态、环保,但要为市场接受,还面临着许多复杂的问题,公司形成了从销售到设计,从生产到施工,从设备安装到售后服务的完整产业链,为产品的销售创造了集成住宅“4S店”销售模式,为公司的发展创造了基础条件。

一、公司概况 / 95二、企业文化的形成、锤炼与作用 / 97三、打造完整产业链 / 101四、附录 / 105五、案例使用说明 / 111

案例7 组织变革,克服电厂发展“瓶颈” C公司是一象新建的大型火力发电企业,公司在建设的初期,由于种种原因,导致企业发生了一起重大的环境污染事故和采购质量事故,严重影响了公司建设工程的进度,总经理也被调换。

在新任总经理的领导下,公司通过与外部管理咨询机构的合作,对公司在组织、人力资源以及内部管理等方的问题进行了深入研究和改革,出台了一系列的改革措施。

最终帮助公司走出困境,走上了正常发展的轨道。

一、C公司概况 / 115二、附录 / 125三、案例使用说明 / 138

案例8 项目沟通管理助力“科技奥运”项目沟通管理是对项目信息进行提取、收集、传播和处置的过程,对取得项目成功具有重要作用。

本案例以“北京奥运村空间规划及物资管理信息系统”的项目沟通管理为主题,介绍该项目在具体实施中如何有效处理项目信息,协调委托方、承建方、监理方和测试方之间的工作,最终顺利通过项目验收、实施的全过程。

本案例通过对相关资料的整理,进一步分析目前我国大型项目实施过程中典型的沟通问题和解决方案。

一、背景介绍 / 141二、项目沟通计划的提出 / 143三、项目沟通计划的实施 / 145四、项目沟通管理成效显著 / 154五、附录 / 155六、案例使用说明 / 156.....

电子商务与管理信息化篇案例9 老字号内联升的电子商务战略案例10 东方家园的电子商务开展案例11 SaaS时代的全程电子商务——金算盘软件股份有限公司的华丽转身案例12 北京XD医院门诊就医流程优化与信息化旅游管理篇案例13 通州皇木厂村通过旅游开发打造“运河古村、创意新园”案例14 密云县101农耕休闲产业带的旅游策划案例15 “服务业制造化”——携程案例分析

## 章节摘录

在世界发达国家中，印刷工业产值占国民生产总值的1.3%左右，而在我国仅占1%。据国外印刷行业专家分析，目前我国人均印刷品开支仅相当于7德国马克，而德国为450德国马克，美国为600德国马克，预计再过15年中国人均开支才能达到经济发达国家水平。

2.中国印刷机械制造业已经形成了一定的生产规模，区域印刷基地已成气候 据不完全统计，截至2002年，从事印刷机械制造业的企业有400家以上，其中销售额超过1亿元的有10家。

由近100家企业统计，从业人员达4.2万人。

在我国，不仅深圳、上海、北京等大城市印刷工业持续发展，浙江温州、苍南，广东中山，河北雄县、三河，上海浦东等地区也已形成区域性以包装装潢为主的印刷基地。

印刷业在这些区域已成为支柱产业。

3.企业多种所有制形式并存，民营企业发展势头强劲 从整个印刷机械制造业来看，国有企业、股份公司上市企业、国外独资企业、中外合资企业、民营企业多种所有制形式并存。

值得注意的是，民营印刷工业快速发展。

如温州就有1万多家印刷设备器材企业，年产值达180亿元；龙港镇2000年印刷工业产值达到49.6亿元。

民营企业经过了原始积累的时期，正处于飞速发展之中。

随着社会化水平的提高和股份化的发展，以民营资本为主的企业对印刷工业生产力的发展将起到极大的推动作用。

4.外国资本和外国先进技术的进入，推动了我国产品结构和产业结构的调整与升级，也给中国印刷机械制造企业带来了巨大的竞争压力 欧洲、美国和日本等世界一流印刷机械制造企业正以绝对控股新建独资生产企业和控股投资公司，或以兼并收购中国优势企业等方式加速在中国的发展，并且来势凶猛。

外国资本和技术进入我国，一方面为我国印刷市场带来资金、先进技术、设备和科学的管理方式，弥补我国建设资金的不足，推动我国产品结构和产业结构的调整和升级，扩大出口创汇，推动企业制度的创新和经营管理水平的提高；另一方面，为了在市场竞争中占据更大的市场份额，名牌跨国公司凭借其优势在世界市场上进行重组，整合行业资源，制定新的发展战略，寻求比较优势，用各种方式和手段来寻求新的发展空间。

特别是在中国市场，大多采用本土化的经营战略，以求加强服务，降低成本，用这种方式与中国的企业竞争，目的是消灭中国的知名品牌，这给中国印刷机械制造业带来了巨大的竞争压力。

5.国外印刷机械产品进口增加，形成了对国内市场新的冲击 1998~2001年，印刷机械设备进口增长率远远高于出口增长率。

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>