

<<变革的力量>>

图书基本信息

书名：<<变革的力量>>

13位ISBN编号：9787509620625

10位ISBN编号：7509620627

出版时间：2012-11

出版时间：经济管理出版社

作者：高剑锋

页数：241

字数：209000

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>

<<变革的力量>>

内容概要

高剑锋所著的《变革的力量(危机时代企业发展之道)》的主题是变革。

笔者抛弃了变革的定义、目的、种类、基本步骤、实施等传统的写作方法，而是分两部分逐一展开：一部分偏理论，由理论和具体操作构成；另一部分重实践，由案例解析组成。

在这里需要特别说明的是，内外部变革并不能机械地加以区分，有时，内外部的几种变革之间都存在千丝万缕的联系。

比如，柯达业务上的巨大转型，带来了组织与文化的一系列变革。

另外，《变革的力量(危机时代企业发展之道)》节选了部分主流财经媒体采访笔者的报道、评论。

<<变革的力量>>

作者简介

高剑锋，博盖咨询（BOGO Consultants）董事、总经理，资深企业管理专家，为企业提供基于动态市场的变革与转型咨询服务。

长期担任多家跨国企业、上市公司战略与管理顾问，并被主流财经媒体聘为特约撰稿人、评论员。

博盖咨询是一家专业的管理咨询公司，以帮助企业“促成变革、推动成长”为己任。

凭借对中国市场的深刻认识，为企业提供高附加值的企业战略、投资咨询、业务流程、营销管理、运营实施的完整解决方案。

公司拥有服务众多知名企业的丰富经验，重点服务快速消费品、耐用消费品、汽车、现代农业、节能环保、农业机械和工程机械等行业。

博盖咨询定期出版《思想激荡》、《视野交锋》、《博盖新视界》内刊，与业界分享管理心得。

博盖咨询将高价值的管理咨询和行之有效的解决方案结合在一起，从战略、资本、组织到运营和技术，帮助客户应对一切挑战。

<<变革的力量>>

书籍目录

- 第一章 要么变革，要么死亡——企业变革路在何方
 - 第一节 倒闭为何如此疯狂——珠三角企业死亡之谜
 - 第二节 “山雨欲来风满楼”——民营企业“看准再下手”
 - 第三节 万科——“地产之王”的华丽跳跃
 - 第四节 华为——“两万元到千亿元”的传奇
- 第二章 股权安天下，变革定乾坤——股权变革
 - 第一节 “千树万树梨花开”——在股改下怒放的企业
 - 第二节 宝洁中国——独行者的日化帝国梦
 - 第三节 拜尔斯道夫——十月围城
 - 第四节 汇源——你被谁出卖
 - 第五节 TCL——李东生的“阿波罗登月”
- 第三章 商业蒙太奇，模式定生死——商业变革
 - 第一节 “四海浪潮皆涌动”——划开商业变革的“船桨”
 - 第二节 博斯——一体化的企业“管家”
 - 第三节 碧桂园——地产界的“沃尔玛”
 - 第四节 美特斯邦威——不走寻常路
- 第四章 组织定格局，变革破樊篱——组织变革
 - 第一节 “四股真气”——蓄势待发的变革暗流
 - 第二节 改变命运的绝招——快消品的营销组织变革
 - 第三节 一汽-大众——领跑中国市场
 - 第四节 向太阳出发——光明的组织变革
- 第五章 运营需长技，变革铸体系——运营变革
 - 第一节 成本最低、速度最快、效率最高——运营变革三宗“最”
 - 第二节 “樱桃好吃树难栽”——KPI绩效考核决定运营
 - 第三节 腾飞——岁末年初的留人烦恼
 - 第四节 红蜻蜓——“破茧”背后的设计
- 第六章 随风潜入“业”，变革细无声——业务变革
 - 第一节 皮之不存，毛将焉附——不可避免的业务变革
 - 第二节 远见，引领未来——借助优秀理论的力量
 - 第三节 乐普——时代造英雄
 - 第四节 比亚迪——撑开梦想的缝隙
 - 第五节 红日——喷薄而出的垄断者
- 第七章 欲图谋霸业，区域需变革——区域变革
 - 第一节 国内与国外，未来谁主沉浮——跨国形势下的区域变革
 - 第二节 开发一片处女地并不那么容易——企业如何在三四级市场排兵布阵
 - 第三节 义乌袜业——袜业排头兵的返乡之旅
 - 第四节 JW家纺——直面生存挑战
 - 第五节 康佳——点燃三四级市场的烽火
- 第八章 修渠引活水，变革引清流——渠道变革

<<变革的力量>>

第一节 捕获突围新路径

——中小品牌制造商的渠道变革

第二节 红线喜糖—喜糖第一品牌的变奏曲

第三节 格力电器——别开生面的专业化渠道服务

第九章 治理为图强，变革为梦想——治理变革

第一节 让企业“青春永驻”——“治”变之路

第二节 为美而蜕变——民营(家族)企业的治理变革

第三节 家族委员会——李锦记的长青之道

第四节 国美——一石激起千层浪

第十章 世界因品牌精彩，品牌因变革常在——品牌变革

第一节 让更多的人来追求

——品牌变革下的“延伸魅力”

第二节 榜样的力量是无穷的

——跨国企业中国本土化的品牌越级之道，

第三节 搜狐——门户网站的“品牌秀大师”

第四节 雀巢咖啡——奏响品牌圆舞曲

第十一章 站在源头重塑，迎着变革行路——文化变革

第一节 打响“持久战”——文化变革之路

第二节 变通的艺术——并购中的企业文化变革

第三节 福特汽车——“起承转合”的智慧

第四节 英特尔——“工程师文化”的变革

参考文献

<<变革的力量>>

章节摘录

经济全球化及微利时代的到来，给中国带来了机遇。

中国紧紧抓住了机遇，已经取得连续25年经济高速增长的巨大成就。

不可否认，这的确是一个辉煌灿烂的繁荣时代，也是一个了不起的时代。

在这个时代，世界企业的发展也呈现出令人惊诧的局面：一些行业迅速从恢弘的“暴利宫殿”走向贫困的“微利寒舍”，紧接着步入了“亏损沼泽”；行业中的企业从“群雄逐鹿”，最后到“一统江湖”——有如大海中的波浪，一浪盖过一浪，连绵不绝，几乎没有一个行业例外。

在此过程中，有一个现象值得我们关注，近年来，有关珠三角企业的负面新闻不绝于耳，继“空手道”高手张海之后，资本玩家顾雏军、“巨人狂士”史玉柱相继“出事”，这预示着科龙、健力宝和巨人这三家知名企业神话的彻底破灭。

另外，TCL这个家电行业里的“领跑者”，在国际化道路上一路狂奔之后，出入意料地亏损6亿元，其旗下的多元化产业几乎全部处于生死线上！

这种情况的确令人担忧！

另外，南方高科、熊猫音响、东洋空调等曾名噪一时的企业也纷纷倒闭或衰败。

假如我们回顾珠三角企业的发展历史，便会发现，30年前跻身于《财富》100强的企业，差不多有1/3已被淘汰出局。

任谁都会不由地感叹一声：“真是30年河东30年河西啊！”

当年，这些冲锋陷阵的“先驱”已在岁月的磨砺下变为“先烈”，曾经红遍大江南北的“明星”已变成瞬间消逝的“流星”。

难怪有人惊呼：“中国企业经不起岁月的折腾，普遍不长命！”

处于转型时期的中国最大的特征就是“剧变”，企业必须适应这种大环境才能生存与发展下去。

对企业而言，企业家要认清形势，不能闭门造车、坐以待毙，而应该以动制动，主动出击。

对比国内外历经百年而不倒的大牌企业和“匆忙而生，短命而死”的企业，我们便会发现一条商业铁律：失败的企业各有各的原因，而成功的企业有一个共同的特征——它们充分认识到了变革的必要性，从而及时进行变革。

俗话说：“识时务者为俊杰。”

明智的企业通过变革不但可以成功地渡过危机，而且可以使企业上升到一个新的台阶，甚至使企业的经营与管理水平上升到一个新的高度；而另一些企业面对变革所带来的压力和风险，要么举措不当，要么不为所动、放任自流，要么仍存侥幸心理，企图坐山观虎斗，坐收渔翁之利，殊不知，它们在一天天的等待与观望中已经步入了死胡同。

当企业病人膏肓，生存环境极度恶化，才想到去变革。

然而，这时，船到江心，难以返程。

因为变革成本与风险已经非常大了。

.....

<<变革的力量>>

媒体关注与评论

未来成功的组织，将会是那些能够快速、有效、持续、系统地进行变革的组织。

——罗勃特·雅各 所谓的组织变革就是改革组织的表现。

——Joseph H.Boyett & Jimmie T.Boyett 日日新，又日新。

——〔商〕汤《盘铭》 万物必变，向更新的、某种不同的东西变化。

——朗费罗 变革的速度在近期任何时间都不会放缓，而在今后几十年中，大多数行业中的竞争将使变革发生的速度越来越快。

——约翰·科特

<<变革的力量>>

编辑推荐

穷则思，思则变。

这个时代，唯一不变的是变。

不变，死路一条！

只有变革，企业才能变活、变强、变大，做好、做精、做远。

一本让企业家相见恨晚的书，看生死关头顶尖企业决胜之变；一本让管理者爱不释手的书，看危机关头卓越企业涅槃之变；一本指引企业迅速强大的书，看发展关头弱势企业崛起之变！

<<变革的力量>>

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>