

<<做小生意靠交朋友 做大生意得懂政治>>

图书基本信息

书名：<<做小生意靠交朋友 做大生意得懂政治>>

13位ISBN编号：9787510407796

10位ISBN编号：7510407796

出版时间：2010-1

出版时间：商智、王征彬 新世界出版社 (2010-01出版)

作者：商智，王征彬 著

页数：202

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

生意的政治属性及其诟病古希腊最伟大的哲学家之一亚里士多德，在其经典著作《政治学》中曾提出过这样一个著名的命题：人是天生的政治动物。

与蜜蜂及所有其他群聚而生的动物相比，人不仅拥有共同生活的本能，更拥有懂得善与恶、正义与非正义的理智以及用于交流的语言工具，从而有意向也有能力结成家庭、城邦、国家这样的共同体，以便在互惠互利中享受应得的美好生活。

而这意味着，一个离群索居的人不足以自给生活，他必须从属于城邦，并生存于国家政治之中。

只有神祇和野兽可以悠游地摆脱政治，而人，一旦行动，便立刻打上了鲜明的政治烙印。

从古希腊神话世界到如今被数字网络拉“平”了的地球村，无论人类文明怎样刷新其所属的时代，亚里士多德有关政治的这一结论从不曾被削弱，相反，却越来越深刻地被证明和阐释着。

全球化时代的当下，世界以及它所具有的政治内涵，已不再从属某个狭小的群体，而是最大范围地铺天盖地而来。

<<做小生意靠交朋友 做大生意得懂政治>>

内容概要

《做小生意靠交朋友，做大生意得懂政治》采用MBA案例分析法，全面解读李嘉诚、年广九、汪力成、刘永好、杰克·韦尔奇、吴一坚、尹明善、王石、胡雪岩、荣智健、罗忠福、黄光裕、刘俊卿等生意人的成功经验与失败教训。

旨在告诫那些希望有所成就的企业家、创业家、生意人，如何在实现自己雄心壮志的同时，有智慧地处理生意与政治的关系——遵纪守法，与政府搞好关系。

理解政策意图，重视开发媒体资源，营造和谐的“办公室政治”，积极参与慈善事业，承担社会责任

。一个生意人想要成功，政治因素无疑能起到巨大的推动作用，以至于雄心勃勃的生意人在政治面前从来不掩饰他们的激情。

遗憾的是，其中的一些人在野蛮生长的过程中，掉进了毁灭性的陷阱当中——官商勾结、钱权交易...
...所有这些被称为“企业原罪”的因素，往往使一个即将兴起的企业，在千夫所指中黯然退场。

作者简介

商智，中国人民大学经济学硕士、管理学者、励志专家，跨证券、文化、地产三界，曾在多家行业标杆和隐形冠军企业任高层管理者，现任北京中图商智出版咨询有限公司总经理。

著述甚丰，包括《从优秀到卓越：王石领导万科的10条管理法则》、《领导，你也能当》、《经理人必修的20堂管理课》、《至尊企业至尊管理：世界500强企业标准管理模式典范》、《狼族智慧》等畅销书。

王征彬，畅销书策划、撰稿人，曾在杂志社、出版单位任职，在各类媒体上发表财经、文学书评数百篇。

书籍目录

前言第一部分 他们为什么能赢第1章 “中国公司” 摩托罗拉：一种隐喻第2章 大树底下好乘凉：胡雪岩的发迹第3章 李嘉诚：商者无域而若即若离第4章 “红顶” 绿地：支持政府就是成全自己第5章 “傻子” 传奇：政策是最好的向导第二部分 他们为什么失败第6章 荣智健：致命的阿喀琉斯之踵第7章 罗忠福：一纸批文和被默许的野心第8章 黄光裕：“商圣” 和被跨越了的底线第9章 刘俊卿：一个“土皇帝” 的罪与罚第三部分 “如此这般” 你也能赢第10章 政府公关：谁动了你的奶酪第11章 “民招官”：影响的一个侧面第12章 “报发户”：“偶然” 的故事第13章 “红色通道”：过关斩将第14章 企媒双赢：舆论是一场战争第四部分 留心你的办公室第15章 办公室政治：职场江湖的恩怨情仇第16章 飞越巴别塔：共同愿景和自由开放的结合第17章 杰克·韦尔奇：一位骑士和他的战斗第18章 情感管理：和谐企业的隐性驱动第19章 部门间政治：分工与协调的艺术第五部分 生意人的道德血液第20章 社会责任：“捐款门” 是道什么门第21章 天方夜谭：伟大企业的道德传奇第22章 高瞻远举：最大的政治赢在民第23章 转危为机：危机公关的“政治哲学” 第24章 绿色环保：企业贞操第六部分 政治经营和“社会企业家” 第25章 “新希望”：企业政治经营第26章 驱动力：政治经营的功用第27章 勇往直前：政治经营策略第28章 “松绑放权” 事件：一个典型第29章 “社会企业家”：最后的归宿参考书目

章节摘录

2009年秋，上海绿地（集团）有限公司CEO兼董事长张玉良参加一个房地产项目专题协调会，一些地方政府官员也应邀出席了会议。

其中分管城建的几位官员向他抱怨说，所有涉及产业发展的项目，领导都乐意捧场，唯独房地产是个例外，领导不敢去，因为开发商在人们心中没有留下什么好印象，相反，在官商关系方面，此前有不少个案发人深省。

对此，张玉良深感欣慰，因为绿地不一样。

他们在全国有影响力的重要地产项目开工，当地没有领导不乐意参加，甚至上海的政府领导千里迢迢也会飞过去看看他们的项目，并出席开工典礼。

“关键看你做什么。

你表面上是给了政府利益，给了一个市长利益，因为你帮他做了政绩，实际上我认为，我们是给了整个地区利益，给了老百姓利益，不是给某一个领导个人利益。

”张玉良在总结绿地的政商之道时颇有心得。

在我国目前的经济形势下，地方政府与地产商的关系一直比较复杂，向来为人诟病。

但张玉良并不避讳“政商合作”这个话题，他在描述一种透明的、互惠互利的政商关系时，总是畅所欲言，津津乐道。

如果他所言非虚的话，那么绿地的成功经验，无疑为我国的开发商们找到了一条“政商合作”的康庄大道。

这样的成功经验不仅在房地产领域具有参考价值，在其他任何商业领域都显得十分宝贵。

1992年，36岁的张玉良辞去上海市农委住宅办副主任职务“下海”经商，领衔组建了由上海“农委”、“建委”下属4个企业共同出资2000万元发起的上海绿地（集团）有限公司，进军房地产业。

1997年公司改制，根据当时国务院文件要求，经营团队必须持股，但经过动员，却没有人愿意购买。

迫不得已，张玉良带头购买了50万股（每股1元），并硬性规定，中层干部不得少于10万股，副总级干部25万股，员工自愿。

2001年之后，绿地发展异常迅速，顺利进入中国企业500强，员工这才开始踊跃购买公司股份。

截至2009年，600多位员工持有公司46%的股份，其余由上海“农委”、“建委”下属企业（51%）及社会股东持有。

从股份持有情况看，绿地是典型的国有企业，其国家控股的背景自然容易取得政府的信任，但这仅仅是绿地搞好政府关系的一个方面。

作为政府官员出身的商人，张玉良在把握政府关系上还有自己的独到之处。

他往往能够站在政府的角度思考问题，在换位思考中把握企业的发展方向。

在上海，绿地从参与旧城改造起家，到近年来高调进入保障性住房领域，始终与政府政策保持一致的步调。

与政府密切合作当然不是张玉良唯一精通的生意经，但绿地以此为根本，广泛复制，一以贯之，的确获得了他人所难企及的成功。

2001年底，在上海本土发展了近10年的绿地开始向外扩张，实施“全国化战略”。

张玉良认为，“上海的市场就那么一点，土地又那么紧张”，而绿地“钱很少，底子很薄，但有智商，有品牌效应，有专业团队，在外省竞争应该会有明显的优势”。

但他们的发展计划并不是很明朗，不知道具体应该到哪里拓展市场。

恰巧南昌市政府派了几百人到上海招商，绿地表现出合作意向。

张良玉回忆说，他们需求迫切，表示“什么条件都可以”，只要来就行。

因此，从一开始，绿地异地扩张的基调就基本上确定了，“不是我要做，而是他要做”。

这样的思维方式是典型张玉良式的，只要当地政府有什么需求，他们就愿意合作。

媒体关注与评论

与政府修好，是最大的公关；把握政策，是最大的效益。

这是企业保证自己生存环境的必然。

——奔驰汽车公司创始人卡尔·本茨不懂政治的企业家是很危险的，企业搞得越大越危险！

——著名经济学家宋养琰一个成功的企业家必须是一个政治家，一个公司领导者不懂政治——特别是在中国的国情下，他成不了企业家。

——青春宝集团董事长冯根生很显然，对于处于竞争弱势地位的民营企业来说，他们必须学会去警惕及防范纯商业思维之外的种种风险。

——著名财经作家吴晓波任何经济上、社会活动上巨大成就的取得，无一例外都是建立在对政治的敏感和对政治不同程度的参与之上的，否则，所谓的“成就”无非是“小打小闹”罢了。

——美国“石油大王”阿曼德·哈默

编辑推荐

《做小生意靠交朋友,做大生意得懂政治》：小商做事，中商做市，大商做人 不懂政治别做生意，先懂政治后做生意。

一个成功的生意人，是对政治在经营环境中的作用给予充分重视，并善于变通、勇于把握的人 采用MBA案例分析法，全面解读李嘉诚、年广九、汪力成、刘永好、杰克·韦尔奇、吴一坚、尹明善、王石、胡雪岩、荣智健、罗忠福、黄光裕、刘俊卿等生意人的成功经验与失败教训中国生意人不可不知的政治经营智慧畅销书《先交朋友后做生意》姊妹篇

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>