

<<战略选择>>

图书基本信息

书名：<<战略选择>>

13位ISBN编号：9787513603430

10位ISBN编号：751360343X

出版时间：2011-1

出版时间：中国经济出版社

作者：唐东方

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>

## <<战略选择>>

### 内容概要

本书是一本关于如何作出战略选择的实用图书，是为解决企业战略发展问题而写；是企业家、企业中高层管理者和战略规划专业人员全面认识企业战略、掌握战略制定方法，正确执行战略的必读之物；也可作为战略理论研究者、战略咨询人士和工商管理硕士战略研究、参考及学习的读本。

## <<战略选择>>

### 作者简介

唐东方，战略专家，东方战略框架创建人，深圳市东方战略企业管理咨询有限公司首席合伙人、首席顾问。

拥有十余年企业管理咨询经验，长期从事战略、集团管控、营销和人力资源咨询。其创建的东方战略框架，已经成功地帮助百余家大中型企业取得了显著的业绩，实现了长远的发展。

目前东方战略框架与战略规划三部曲方法论体系已被广大企业接纳与运用。曾为中国人保财险、苏宁电器、柳工、欢乐谷、建峰化工、广投集团、青松建化、中恒集团、西洋集团、金德集团、安兴纸业、星河地产、世纪证券、好孩子、富安娜、赛格物业、兴业银行、三友电器、广州房建、江西水泥、梧州制药、贵航股份、河池化工、卡顿连锁、久联化工、阿克苏电力、金立通讯等百余家上市公司和大中型企业提供咨询服务。代表作有《战略规划三部曲》等。

## &lt;&lt;战略选择&gt;&gt;

## 书籍目录

- 总 序前 言目 录 第一章 东方战略框架 第一节 东方战略框架 一、历代战略学家对战略的认识 二、东方战略框架 三、东方战略框架的构成 第二节 从东方战略框架审视万科战略 一、万科发展三部曲 二、万科非凡的经营业绩 三、从东方战略框架审视万科战略 四、万科战略点评 第二章 愿景 第一节 如何建立愿景 一、愿景是什么？ 二、愿景、使命与核心价值观 三、如何创建企业愿景？ 第二节 华为：愿景引领成长 一、华为概况 二、华为发展阶段 三、华为成功基石：愿景引领成长 四、华为战略点评 第三章 战略目标 第一节 如何制定战略目标 一、战略目标是什么？ 二、战略目标包含哪些内容？ 三、战略目标类型：发展型、维持型和收缩型 四、战略目标选择：发展、维持还是收缩？ 五、战略目标的要求 六、战略目标制定步骤 第二节 柳工：不断挑战的战略目标促进企业发展 一、柳工概况 二、柳工业绩 三、柳工发展阶段 四、柳工成功基因：不断挑战的战略目标 五、柳工战略点评 第四章 业务战略——产业战略 第一节 产业战略 第一节 产业战略 一、产业战略是什么？ 二、产业选择战略：如何选择产业？ (一) 产业不同发展阶段战略选择 (二) 多元产业的战略选择 三、产业组合战略：如何选择产业组合？ (一) 近、中、远期三层次组合战略 (二) 产业互动组合战略 四、产业扩张战略：如何进行产业扩张？ 五、产业竞争战略：如何在产业竞争？ (一) 如何在产业内实现有效竞争？ (二) 产业不同发展阶段的竞争战略 六、产业创新与产业融合 第二节 华侨城：旅游与地产的良性互动 一、华侨城集团概况 二、华侨城集团战略发展三阶段 三、华侨城集团成功基因：旅游与地产良性互动的产业战略 四、华侨城集团战略点评 第五章 业务战略——区域战略 第一节 区域战略 一、区域战略是什么？ 二、区域选择战略：如何选择发展区域？ (一) 区域选择矩阵 (二) 产业梯度转移 三、区域扩张战略：如何进行区域扩张？ (一) 机会型扩张战略 (二) 渗透型扩张战略 (三) 聚集型扩张战略 (四) 其它型扩张战略 四、区域竞争战略：如何进行区域竞争？ (一) 多点竞争战略 (二) 区域相对垄断战略 第二节 海螺水泥：T型区域发展战略 一、海螺水泥概况 二、海螺水泥业绩 三、海螺水泥发展阶段 四、海螺水泥成功的主要因素：T型区域发展战略 五、海螺战略点评 第六章 业务战略——客户战略 第一节 客户战略 一、客户战略是什么？ 二、客户选择战略：如何选择客户？ (一) STP战略 (二) 客户金字塔模型 三、客户组合战略：如何选择客户组合？ 四、客户竞争战略：如何在竞争中争取客户？ (一) Cs营销理论 (二) 客户感知价值 (三) 市场势能论 第二节 好孩子：围绕婴儿提供一站式服务 一、好孩子概况 二、好孩子发展阶段 三、好孩子战略：围绕婴儿顾客提供一站式服务 四、好孩子战略点评 第七章 业务战略——产品战略 第一节 产品战略 一、产品战略是什么？ 二、产品选择战略：如何选择经营产品？ 三、产品组合战略：如何选择产品组合？ (一) 产品金字塔组合战略 (二) “基础产品+附加产品”组合战略 四、产品竞争战略：如何设计产品取得竞争优势？ (一) 产品五个层次竞争论 (二) 从产品到整体解决方案 (三) 产品设计五方格模型 (

<<战略选择>>

四) 产品不同发展阶段的战略选择 (五) Ps营销理论 第二节 伊利: 产品战略造就行业第一 一  
、伊利概况 二、伊利亚绩 三、伊利出色的产品战略 四、伊利战略点评 第八章 职能战略  
一、什么是职能战略?  
二、营销战略 三、生产战略 四、技术研发战略 五、财务战略 六、人力资源战略参考文  
献后记

## <<战略选择>>

### 章节摘录

第一章东方战略框架 第一节东方战略框架 战略一直是企业界关注的焦点话题，从企业高层管理者到普通员工，从企业投资者到企业研究者，从图书报刊到网络电视，说到企业无不谈及战略。企业管理者、投资者、研究者、新闻工作者无不意识到企业战略是决定企业成败优劣的关键点，也是企业取得成功的基石。

中国现在已经迈入战略制胜的年代，如果你是企业的最高领导人，而每月不花几天时间来思考企业战略的话，你就不是合格的企业家。

如果一个企业没有自己的战略，那么这个组织就没有灵魂，就不可能聚合与铸就一支能征善战之师。越是那些实力强大的企业，它的企业战略就越是明晰、科学。

战略是企业生存、发展的大方向，没有正确的战略作指导，企业的发展必然是盲目的、无序的，生命力必不长久。

战略决定了企业的生存，战略决定了企业的发展，战略决定了企业的成败。

那么，企业如何作出战略选择、进行战略竞争，以取得战略突破，实现超越发展呢？为了解决这个问题，我们首先来了解什么是战略。

<<战略选择>>

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>