

<<从中国价格到中国价值>>

图书基本信息

书名：<<从中国价格到中国价值>>

13位ISBN编号：9787111229186

10位ISBN编号：7111229185

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业

作者：蔡剑

页数：281

字数：279000

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>

<<从中国价格到中国价值>>

内容概要

30年来，中国产品的价格帮助中国产品销售到全球市场；今天，越来越多的“中国制造”面临价格优势难以为继的局面。

中国企业发展到了一个关键阶段。

如何实现从“中国制造”到“中国智造”的转变？如何实现从“价格思维”到“价值思维”的转变？如何通过创新驱动中国经济发展的转型？本书分析了从依赖中国价格到创造中国价值的思路转变和管理创新；作者站在全球视野、在新经济的潮流下，将中国古代的管理思想的复兴和超越西方管理创新相融合，亲历国美、正大、联泰等企业的价值转型过程，提出了“价值金字塔模型”和“价值思维”，颠覆了传统的价格思维，给读者以全新的眼界和不同的思考分析方法，关注自我价值，从而从根本上提升企业竞争力和个人价值。

<<从中国价格到中国价值>>

作者简介

蔡剑：美国南加州大学博士，北京大学企业绩效管理研究中心执行主任，创办人，北京大学光华管理学院博士生导师。

曾获美国南加州大学博士和两个硕士，清华大学学士，完成哈佛商学院高层教育培训项目。

在北大讲授EMBA和MBA的价值创新、供应链管理、和电子商务等课程。

曾负责与商

<<从中国价格到中国价值>>

书籍目录

第一篇 中国价值 第1章 价值思维：价格思维的终结者 令人生畏的中国价格 颠覆价格思维，开创价值思维 绝处逢生：执行中国价值战略 第2章 创造中国价值 价值的本义 企业顾客和企业价值的关系 价值的形成 管理者的首要任务是确定价值观 第3章 多变环境下的价值创造模型 在微笑曲线中识别价值 中国特色的价值创造模式 价值金字塔 价值设计和价值图 第二篇 构建价值金字塔 第4章 洞悉竞争环境、把握发展机遇 价值网络中的动态竞争和合作 高速经济增长何以长久 向本土市场要价值 发掘零细分市场的价值 顺应天时，创造价值 四轮模型——从概念变成价值的四个驱动力 第5章 创造制胜的业务模式 走出利润最大化的误区 确立价值根据地 创新应变，出奇制胜 用文化塑造品牌价值 高价值的设计 虚拟规模的价值 兵贵神速，随需而动 PN模型——互联网时代企业创造商业价值的新范式 第6章 以人为本建立领导力 谁创造了价值 领导风格和组织价值 和谐的管理 善于学习和敢于摒弃 学会群体创新 明智模型——理解人的价值 第7章 用制度和技术提升组织绩效 中国价值导向的绩效 建立科学的绩效管理体系 用制度和流程巩固价值 平衡的绩效管理 消除战略和执行中的空白 信息化提升绩效管理水平 绩效循环模型——持续创造价值的绩效管理 第三篇 中国价值的强国战略 第8章 推动中国价值变革 重大工程的价值 城市创新的价值 产业领导力的价值 第9章 持续创造中国价值 发挥中国市场的价值 提升中国人才的价值 围绕创新链营造创新生态 第10章 让中国价值成为世界价值 再造全球价值链 从外向型优势向创新优势转变 主导全球分工，实现中国价值结语

<<从中国价格到中国价值>>

章节摘录

第1章 价值思维：价格思维的终结者 本书开始写作于2006年的夏天，期间全球最引人注目的事件之一是第十八届世界杯足球赛。

2006年6月9日，158名前世界杯冠军队成员在音乐声中步入赛场，德国总统宣布世界杯开幕，伴随着著名音乐家格罗内梅耶的世界杯会歌的歌声，32名高举参赛队旗帜的旗手这时也从赛场四周进入场地...

... 此时在北京，CCTV的世界杯节目特别演播厅里面，主持人和观众的情绪一下子沸腾了，精心布置的电子背景版和触摸屏幕展示着各种高科技的演播方式，仿佛将中国观众带到了世界杯的赛场看台上。

在开幕式之后一个月时间里，无数的中国球迷彻夜守候在电视机旁，为自己喜爱的球队喝彩，大家在如数家珍似的评论赛场上的各国骄子，却仿佛都忘记了一个事实：这赛场上并没有中国队的位置。

国人在关注世界赛事的时候已经对中国足球变得十分宽容了。

中国进入WTO六年之后，环顾四周，中国的市场已经成为了世界赛事。

对于新创企业，商场如战场，要么生存，要么失败；对于老牌企业，商场如赛场，要么晋级，要么被淘汰。

不论这是喜是忧，不论是否愿意，今天的中国企业已经被推到了更激烈的国际化竞技场上。

在风云突变的战场和赛场之中，如何领先一步并立于不败之地是企业家和管理人员苦苦思索的问题。

中国企业的管理者期望自己的组织在商场竞争中的表现会超过中国足球队在绿茵场的表现。

然而，很多中国的企业跟国际企业的平均差距并没有缩小，一些企业甚至面临着生死问题，没有精力顾及战略调整和管理创新。

.....

<<从中国价格到中国价值>>

媒体关注与评论

现在中国是世界的制造中心，假定我们不重视自主创新，单靠劳动力成本低廉的优势而在国际贸易中占位置，这样的时间不会长久。

——北京大学经济学教授 厉以宁 全球化环境下的自主创新是中国发展所面对的重要问题。我很高兴看到蔡剑、胡钰和李东三位学者所撰写的《从中国价格到中国价值》一书。书中将中国古代的管理思想和西方管理方法相融合，通过大量的实证研究深入探讨了中国企业未来成功所必须解决的管理创新问题，提出了独特的价值提升思路。这是一个很有潜力的研究方向，这本书很值得中国业界人士细读！

——全国工商联副主席北京大学中国经济研究中心主任 林毅夫 以知识为基础的经济发展，使创新成为推动社会发展进步的动力。许多发展中国家都在抓住机遇开拓自主创新，努力使国家的产业结构从体力劳力密集转型到智力密集为主，即实现产业的技术升级和经济腾飞，进入富裕、发达国家行列。

《从中国价格到中国价值》一书从独特的思维视角，结合大量一手国内外调研资料，通过分析研究，对企业自主创新等给出了很有启示意义的新思路，这对推动中国的加速转型具有积极意义。

——国家外国专家局原局长国际欧亚科学院院士 马俊如 有价值的订单是企业发展的永恒主题，企业要发展必须有订单而且是有价值的订单。

——海尔集团首席执行官 张瑞敏 在新经济时代的国际竞争中，中国的企业要想获得真正的竞争优势，必须实现竞争思维的彻底转变，摒弃原先的低成本思维，而本书作者提出的价值思维就是一个极有现实性，启发性的视角。

中国的企业不用担心自己的企业小，只要选择了正确的发展道路，一颗种子自然可以长成参天大树。

——空中网总裁 周云帆 中国应该如何利用它的最大的工厂和最大的市场这些优势，从而变为具有可持续的自治经济的最强大的制造国家呢？

作者在书中使用令人深思的语言以及一手案例研究来解释中国如何才能维持带有本土价值的经济发展。

这个重要问题涉及政府、企业领导、学者、学生及大众，这本书对此作出了巨大的贡献。

那些对中国经济发展的未来感兴趣的人一定会发现这本高质量的书中所蕴含的珍贵的价值。

——美国总统青年科学家奖获得者美国南加州大学终身教授 卢志扬

<<从中国价格到中国价值>>

编辑推荐

诺贝尔经济学奖得主、美国新古典经济学家萨缪尔森说：“如果中国能够找到一个有效的经济改革模式，那么，它的经济规模就可能在2020年前超越日本，整体国民生产毛利润将仅次于美国了。

” 中国如何才能价值竞争中立于不败之地？

从令人生畏的中国价格到大国崛起的中国价值，我们需要什么？

颠覆价格思维，创造价值思维，让中国价值成为世界价值！

为什么30年来中国产品的价格帮助中国产品销售到全球市场，而今天越来越多的“中国制造”其价格优势难以为继

<<从中国价格到中国价值>>

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>