

<<交易异化管理>>

图书基本信息

书名：<<交易异化管理>>

13位ISBN编号：9787216041485

10位ISBN编号：7216041488

出版时间：2005-1

出版时间：湖北人民出版社

作者：李炼

页数：274

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>

## <<交易异化管理>>

### 前言

“昨天成功的契机，可能成为明天失败的原因。

”——这不仅仅只是老生常谈。

新时代的管理者应该清楚：曾经使企业成功的那些管理方法，对今天而言未必有效了。

管理是一门不断发展的科学，关于管理的讨论一直没有停止过，管理发展一直伴随着企业和社会经济进步。

随着管理思想、管理理论、管理职能、管理技术的全面进步，新的理论、实践层出不穷，管理得到空前的发展，科学管理、系统理论、人本管理等都是管理发展飞跃的重要标志。

在21世纪，人类迎来了信息经济、网络经济、知识经济的新纪元，也揭开了“向管理要效益”的新篇章。

企业面临着前所未有的激烈市场竞争和挑战：人们的工作和生活节奏越来越快，机会稍纵即逝；客户对差别化服务日益挑剔，客户与员工的忠诚度愈发脆弱；产品利润不断降低的同时，企业运营成本却不断上升……总之，我们身边的经济世界总是不断向每一位企业人提出新问题，让管理者绞尽脑汁迎接新挑战、开拓新思维、寻找新对策。

路在哪里？

让企业能够持续发展和长久增值的钥匙在哪里？

## <<交易异化管理>>

### 内容概要

《交易异化管理》就企业如何平衡规则秩序与市场变异等问题进行了探索，内容包括市场经济与交易异化共生、企业契约与交易异化管理、合同异化管理、销售异化管理、价格竞争异化管理、劳工关系异化管理、环境异化管理、自由贸易化管理等。

## <<交易异化管理>>

### 书籍目录

第1章 市场经济与交易异化共生1.交易异化：CEO最头痛的一件事2.信息不对称和道德危害：企业运行的两个暗箱3.交易异化管理是企业的一门必修课第2章 企业契约与交易异化管理1.交易成本与帕累托最优条件2.委托代理成本与监督成本3.逆向选择和道德风险的规避第3章 合同异化管理1.诚信从合同开始2.合同异化可以防范3.合同异化管理应制度化第4章 销售异化管理1.让“倾客是上帝”的口号制度化2.把顾客投诉当作礼品接收3.使“尊重知识和尊重人才”变成企业价值第5章 价格竞争异化管理1.反倾销是价格异化管理的基本途径2.中国企业的反倾销策略3.中国企业反倾销成功案例与效果评述第6章 劳工关系异化管理1.建立和谐的劳工关系2.切实维护和保障员工权益3.劳工关系异化处理宝典第7章 环境异化管理1.可持续发展将成为国际竞争的潮流2.企业应该重视环境异化管理3.企业的社会责任与社会成本核算第8章 自由贸易异化管理1.WTO并不仅仅意味着自由贸易2.WTO机制下的企业诉讼3.走规避自由贸易异化的双赢竞争之路主要参考书目

## 章节摘录

1.2.3 探索华为与思科诉讼案的深层奥秘 就在温州打火机案和中国DVD专利费纠纷案尚未了结之时，2003年春节前夕，又爆发了一起更加轰动全球的跨国经济诉讼，那就是美国思科与中国华为的知识产权案。

2003年1月24日，全球网络设备巨头思科系统有限公司宣布，对中国最大的电信设备制造商华为技术有限公司及其在美国的子公司，提起华为侵犯思科知识产权的法律诉讼。

这是思科成立18年来历史上第一次起诉，其锋芒所指却是一家中国公司。

1984年成立的美国思科公司受益于因特网的发展，于1990年上市七年后就进入了权威的《财富》杂志所列的全球企业500强。

而1998年7月的市值竟比1997年翻了15倍，达到1000亿美元，并在2000年一度超过微软成为市值最高的公司。

但是，随着网络经济泡沫破灭之后业务的大幅度退缩，思科在2001年第三财季报出的销售额严重下滑30%后，财务总监拉里·卡特宣布，报废价值高达22亿美元的库存，并裁减了8500名员工。

而思科CEO钱伯斯也从2001年4月份到目前为止，把自己的底薪降至1美元，表示与公司同舟共济。

思科股票最高时曾达到过82美元，但在纳斯达克股市最低潮时每股却只有几美元，2001年总共亏损10亿美元。

与此同时，成立于1988年的中国华为技术有限公司开始蚕食思科的天下。

华为最初是一家电信设备制造商，近几年开始步入计算机网络设备领域，并在美国设立了办事处。

1999年，华为销售额首次突破百亿元人民币，达120亿元，2000年飙升到220亿元，在中国电子百强中虽居第十，但利润却高居榜首。

在电信市场下滑的2001年，华为销售额却增至255亿元，仍以利润27亿元稳居第一。

2002年，华为在海外市场销售5.5亿美元，在国际市场的地位和品牌知名度迅速提升。

更为重要的是，华为产品包括路由器、移动、交换接入、传输、智能网等已经全面进入拉美市场，与全球主流的运营商AT&T、Telefonica和Singtel等公司也建立起了合作关系，产品销售遍布40多个国家和地区。

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>