

图书基本信息

书名：<<像红军一样崛起-中国式企业迅速成长的圣经>>

13位ISBN编号：9787502766245

10位ISBN编号：7502766243

出版时间：2006-9

出版时间：海洋

作者：于向昕

页数：187

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>

## <<像红军一样崛起-中国式企业迅速成长的圣经>>

### 内容概要

翻开中国改革开放的历史，我们可以发现，企业成长的轨迹与党领导下的人民军队发展壮大的历程几乎完全相同，大约都需要20年时间。

对于在中国企业界占绝大多数的中小企业来说，他们目前的地位和处境与中国工农红军有许多的相似之处。

对他们来说，国内有各路豪强角逐市场，国外有强敌虎视眈眈。

更多的情况下，他们要和国内外的强大企业在不是一个数量级的情况下争夺市场，要在各路豪强的夹缝中求生存。

从这个角度上讲，中小企业更适合向红军学习。

在制度建设、在人才培养、在自主变革、在奉献精神以及最大限度地发挥效率方面，红军是中小企业的表率。

《像红军一样崛起：中国式企业迅速成长的圣经》为“红色经营丛书”之一，从企业创办、企业环境、企业内部沟通、企业信息化、创新发展、企业制度、企业战略、企业决策、领导艺术、企业竞争等方面结合红军成长实际，阐述企业的生存发展之道，引人深思。

新世纪的企业，面临着在新的经济形势和市场环境下如何生存发展的问题。

企业要想生存发展，首先必须要提高管理水平，这已经成为企业家们的共识。

目前的市场环境中投机的机会越来越少，投资的机会越来越多，决策拍脑袋、管理凭经验的粗放式管理已经成为过去；思维理念化、眼光战略化、经营绿色化、决策定量化和管理的规范化已经成为时代的要求。

企业面对严峻的市场形势，在引进国外先进管理理念的同时，也应看到，在中华民族璀璨的历史文化中，蕴含着丰富的管理知识，等待我们去发掘、去实践、去点石成金。

土地革命战争时期，中国工农红军在人民群众的支援下，一直在同比自己强大许多倍的优势敌军作战，并不断取得胜利，不断发展壮大。

为什么红军能在这样恶劣的环境下，使用简单的装备，还拥有不可思议的强大战斗力？

这些问题的答案再熟悉不过了。

但如果我们换个角度重新思考这些问题，会不会得到一些新的启示，找到一些有益的完全中国式的管理思路。

## 书籍目录

第一章 做自己熟悉的事 / 1 往事重温：唤起农民千百万——广州农民运动讲习所 / 2 不打无把握之仗——创业前期应熟知所在行业状况 / 3 发挥特长，以弱胜强 / 5 选择熟悉的经营方式，集中有限的资源 / 8 控制企业规模，减少投资风险 / 10 罗技与“狼”共舞 / 13 第二章 选择企业生存发展的土壤 / 17 往事重温：井冈山——革命的摇篮 / 18 企业经营的宏观环境 / 19 企业经营的微观环境 / 23 环境带来的机遇与挑战 / 25 中小企业经营环境还欠缺什么 / 27 企业与环境：掠夺、破坏还是维护 / 29 第三章 迅速获得生存保障 / 33 往事重温：“黄洋界上炮声隆，报道敌军宵遁。” / 34 抓住顾客最关键的需求 / 35 如何提高顾客的忠诚度 / 38 树立企业在公众中的良好形象 / 40 建立质量意识，提供优质产品 / 43 跟着顾客需要走——北辰购物中心的品牌道路 / 45 第四章 上下一心，其力断金 / 49 往事重温：星星之火，可以燎原 / 50 沟通——企业的生命线 / 51 企业的内部沟通方式与我国企业内部沟通机制的缺失 / 53 构建有效的企业内部沟通机制 / 56 柯达的建议奖励制度——企业内部沟通的典范 / 60 第五章 时刻把握有效信息 / 63 往事重温：处变不惊，钱壮飞挽救党中央 / 64 重视市场信息，把握市场方向 / 65 像猎狗寻找猎物一样嗅觉灵敏 / 66 基于事实的决策方法——利用并分析信息 / 70 企业信息化是提高核心竞争力的必由之路 / 72 壮士断腕——爱立信放弃手机制造业务 / 75 第六章 创新——企业发展的根本 / 79 往事重温：“飞将军自重霄入” / 80 突破旧模式，打开新天地 / 81 创新从思维方式开始——对立性思维与平行思维 / 84 六顶思考帽——平行思维的工具 / 87 戴维德·坦纳与《完全创造性》 / 90 第七章 没有规矩，不成方圆 / 93 往事重温：三湾改编 / 94 中小型企业如何建立健全适合自身的组织结构 / 95 企业组织结构设计和调整应注意的问题 / 98 及时建立现代企业制度，促使经营管理的正规化 / 102 麦当劳的管理制度给我们的启示 / 106 第八章 逆境中把握转机，否定自我 / 111 往事重温：遵义会议——长征中的战略转折 / 112 企业战略的特征 / 113 企业战略分析 / 116 从容应对危机的五项基本原则 / 121 第九章 关键时刻，大胆决策 / 127 往事重温：飞夺泸定桥——死而后生的决策 / 128 决策的意义 / 129 科学决策的原则 / 132 科学决策的方法 / 134 四项决策造就格兰仕的“两副面孔” / 141 第十章 火车跑得快，全靠车头带 / 145 往事重温：四渡赤水出奇兵，毛主席用兵真如神 / 146 领导者与管理者 / 147 领导者的影响力和特性 / 150 领导艺术 / 154 施振荣的经营之道 / 157 第十一章 一个好汉三个帮 / 161 往事重温：福建人民政府的失败——福建事变 / 162 没有合作，就没有成功 / 163 合作经营方式的选择与确定 / 165 如何选择合伙人 / 167 如何选择合作的企业 / 169 柏菲的“同居”故事 / 171 第十二章 新世纪需要红军精神 / 175 往事重温：长征——伟大的史诗 / 176 普通女工赚得亿万身家的辛酸致富路 / 177 勇于创新的慧聪集团总裁郭凡生 / 180 盛大网络创始人陈天桥：用户的利益高于一切 / 182 民族企业需要红军精神 / 185

## 章节摘录

**企业经营的微观环境** 微观环境是指直接影响企业经营的外部环境因素，如顾客、竞争对手、供应商、市场格局等。

**一、顾客** 顾客的定义是接受产品的组织或个人。

有顾客意味着有市场，意味着企业的产品有买主，但顾客并不一定非得接受某个企业的产品。

从这个意义上讲，顾客可以决定企业的兴衰成败。

因此，企业应以顾客为关注焦点，应当了解顾客当前和未来的需求，满足顾客要求并争取超越顾客期望，如此方能争取顾客，使企业能够生存和发展。

“以顾客为关注焦点”应当成为企业最基本的经营原则。

**二、竞争对手** 与本企业处于同一行业，向顾客提供同类产品的其他企业都是竞争对手。

但同行并不一定是冤家，不是同行也未必不是冤家，同行的竞争性取决于企业间的目标、实力、战略和产品的相似程度。

竞争的结果自然是优胜劣汰，强者更强。

聪明的企业会通过合作而非竞争使双方都能获得发展。

**三、供应商** 一个大的企业都会有很多的中小企业为其提供服务，如美国通用汽车公司的供应商多达5000家。

目前在我国，很多企业趋向于采取JIT（Just In Time）生产方式，而对供应商的管理又比较混乱，这样会把更多的风险和压力转移到供应商头上；另外，很多企业通过压低进货价格、拖长账期等方式压缩供应商的利润空间，以保证自己产品的利润，也许上述做法是激烈竞争的市场所迫，但并不可取。

供应商—企业—顾客，这是一个产业链不可缺少的三个组成部分，供应商被压垮了，产业链也就崩溃了，企业自然也无法生存，企业要认识到与供应商的关系是互利互惠的关系，是相互依存的，与供应商的合作可以增强双方创造价值的能力。

现在很多企业更加注重与供应商建立战略合作联盟关系，通过与供应商的精诚合作节约资金、保证质量，加快产品上市速度，这是一种值得提倡的方式。

**四、市场格局** 市场格局可以分为以下几种。

**一是完全垄断市场：**即某行业或某类产品在市场上只有一个制造者和销售者，没有竞争对手，顾客没有其他的选择，因为别的企业无法进入该市场。

造成这种情况的原因有以下几种。

第一，一个企业控制了某行业全部或绝大部分资源，它就会成为这个行业的完全垄断者。

如美国铝业公司控制了本土90%以上的铝矿，从而成为该行业的霸主。

第二，企业对某种产品拥有独家专利权，它就可以在法律的保护下，在一定的时间内独家生产该产品，从而成为该产品的完全垄断者。

这种情况在制药行业很常见。

第三，政府特许。

有些产品对国家安全、居民生活、社会稳定影响较大。

政府为了巩固国家安全、维护社会稳定，往往通过发放许可证的方式特许某一家或几家企业经营，促使这类产品市场形成完全垄断。

如军工企业、银行等行业市场。

**二是不完全垄断市场：**这是一种既有垄断因素又有竞争因素的市场，是一个有许多企业生产和销售有差别的同类产品的市场。

垄断竞争市场是现实中最为普遍的一种市场结构，绝大多数企业都处于这一市场格局中。

垄断竞争市场有以下几方面的特征。

第一，行业内的企业数量较多，竞争非常激烈。

少数企业由于规模较大，能够部分垄断市场。

随着垄断因素的增加，市场的垄断程度也会不断增长，少数大规模的企业通过联合的方式，有可能做到完全垄断。

第二，因为没有明显的限制因素，企业可以自由进出该行业。

只要有利可图，就会不断有企业进入该行业；当市场不好。

无利可图时，大部分企业又会退出。

但随着垄断因素的增加，企业进入该行业的难度会不断加大。

第三，企业之间既有价格竞争，也有非价格竞争。

众多的企业都认识到，由于产品的同质化日趋严重，如果只进行价格竞争，必然会两败俱伤，因此，各个企业都强调坚持自己特色的策略和手段，使其产品区别于竞争对手。

少数大规模的企业拥有部分该行业的产品定价权，对该行业的市场价格造成一定的影响。

这些企业的规模越大，垄断的程度越高，对市场的影响力就越大，它们甚至会采用价格同盟的方式来保住自己的利润或打击其他的竞争对手。

三是完全竞争市场：这种市场上的所有产品几乎完全相同，没有太大的差异性。

众多企业都在生产同质化的产品，任何一家企业的产量和所占市场份额的比重都很小，因而都不可能控制市场价格，只能被动地接受市场价格。

在完全竞争市场中，非价格竞争手段没有明显的成效。

我国的粮油蛋菜类产品的市场基本上属于完全竞争市场。

如果说井冈山根据地的开创是毛主席预测并利用了中国革命的宏观环境的结果，那么黄洋界保卫战则是红军指战员利用了直接影响战斗胜负结果的微观环境——险峻的地形。

正是因为合理地利用了地形，巧妙地布置了防线，红军才能以不足一营的兵力，击溃了十倍于己之敌，保住了井冈山根据地。

这一战对中国革命的历史影响是深远的，对于今天的企业经营来说，同样有值得借鉴之处。

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>