

<<中国儒式管理新模式>>

图书基本信息

书名：<<中国儒式管理新模式>>

13位ISBN编号：9787506439527

10位ISBN编号：7506439522

出版时间：2006-9

出版时间：中国纺织出版社

作者：胡恒松

页数：260

字数：174000

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>

<<中国儒式管理新模式>>

前言

影响中国企业管理的两种思想 一个人能否成功,就看他的态度!成功人士与失败人士之间的差别是:成功人士始终用最积极的思考、最乐观的精神和最丰富的经验支配和控制自己的人生。

失败者刚好相反,他们的人生是受过去的种种失败与疑虑所引导和支配的。

一个企业能否成功,就要看它的思想了。

企业思想是一门科学,也是一门艺术。

一代宗师孔子一生追求着学问,也弘扬着思想,他认为思想是要普及大众的。

这对于企业管理的意义也是深远的。

人们普遍认为思想是可以传授的,但在实际生活中,往往传授的只是思想的科学部分,其艺术部分容易被忽视。

科学是可以教授的,艺术也是可以传授的。

因为思想不只是知识,它也是从实际工作中来的,是从生活中来的。

孔子一生讲究的是做人做事,做人做事恰恰是一种高深的艺术。

孔子以其言行,为后世树立了一个不可超越的艺术形象。

而学习企业的思想,应进入到更深刻的层面。

在中国,此刻的神州大地上,有两种思想正震撼着企业管理的深度。

它们是蒙牛法则与联想定律。

在蒙牛法则的指引下,蒙牛奔如火箭。

1999年,荒地埋下一块奠基石,蒙牛诞生了!此后的6年中,蒙牛销售收入从1999年的0.37亿元飙升至2003年的40.71亿元,后者是前者的110倍,年平均增长率高达323%!刚创立时,蒙牛名列中国乳业的第1116位。

数年之后,就跻身中国乳业两强,创造了在诞生之初1000余天里平均一天超越一个乳品企业的奇迹!“蒙牛速度”,成为中国企业的一面旗帜。

1999年,实现销售收入0.37亿元,同业排名第119位;2000年,实现销售收入2.47亿元,同业排名第11位;2001年,实现销售收入7.24亿元,同业排名第5位;2002年,实现销售收入16.68亿元,同业排名第4位;2003年,实现销售收入40.71亿元,同业排名第3位;2004年,实现销售收入72.14亿元,同业排名第2位;2005年,销售总收入108亿实现百亿目标。

5年增长200倍,6年销售200亿,投资收益率大于5000%。

蒙牛成为中国成长企业“百强之冠”!蒙牛为什么发展这么快?如果说这是中国乳业方兴未艾的缘故,也对,但这肯定不是全部原因,否则,为什么连续5年保持3位数增长的只有“蒙牛”。

如果说这是依托内蒙古大草原的缘故,也不充分。

如果说这是蒙牛管理团队从事乳业时间较长的缘故,也不能令人满意。

牛根生曾说:“一个人一生只做一件事,肯定比3年做东、5年做西的人更容易成功。”

虽然牛根生从事乳业27年,父子两代人合起来从事乳业的时间长达65年,但时间只是事业成功的必要条件之一,不会也不可能成为充分条件。

而这一切的答案是思想的奇迹,是蒙牛法则创造的奇迹。

几乎同时,在中国大地上还有一种思想在创造奇迹。

在联想定律的指引下,联想成为哈佛商学院仅有的两个MBA教学中国企业案例之一。

对于当初创建联想的11名科技人员来说,20万元的投资成本创造的收益无疑是巨大的。

20多年前,中国改革开放刚刚开始,以“Legend”作为英文名称的联想集团,在现任主席柳传志等人的努力下,开创了中国计算机市场的新篇章。

起初他们只是销售IBM等世界知名品牌的产品,从1990年开始,联想开始制造自己的PC产品,并且很快于1997年成为中国销售量最大的PC制造商,2005年5月1日,联想成功收购IBM全球PC业务,一跃成为全球第三大PC制造商。

今天,“联想”一词在中国几乎成了计算机的同义词,联想电脑占据了四分之一以上的市场份额。

<<中国儒式管理新模式>>

这两种思想的内涵是什么，让我们一起去体会。

<<中国儒式管理新模式>>

内容概要

蒙牛与联想均是当今中国著名企业。

蒙牛从零起步，仅用5年时间，即成为中国成长企业百强之冠，“蒙牛速度”成为中国企业的一面旗帜。

联想，中国IT产业的领头雁，从一间小平房、仅有11人的小公司，发展到目前拥有员工1万余人，位居香港股市十大上市公司之列。

本书将从两家知名企业管理、经营的多个方面，披露两家企业不同的经营思维以及相似的成功秘笈。

。

<<中国儒式管理新模式>>

作者简介

胡恒松，经济学硕士，曾担任《西部经济》期刊主编，现任职于宏源证券股份有限公司客户资产运行中心，主要研究方向为区域金融，曾发表论文《西部发展银行批建前的思考》，著有《中国儒式管理新模式》一书。

<<中国儒式管理新模式>>

书籍目录

“赢”家创业 蒙牛创业法则之：集中力量办大事 蒙牛创业法则之：紧跟法则 蒙牛创业法则之：全盲定律 蒙牛创业法则之：汇集最灵光的脑袋 联想创业定律之：适应环境求生存 联想创业定律之：超越时空，大胆运作 联想创业定律之：大船结构律 联想创业定律之：绝对品牌定律 联想创业定律之：建班子、定战略、带队伍 联想创业定律之：5QM质量管理模式 联想创业定律之：诚信为本 “赢”家营销 蒙牛营销法则之：新拿来主义 蒙牛营销法则之：送去主义 蒙牛营销法则之：整合营销 蒙牛营销法则之：营销的最高境界是培训消费者 蒙牛营销法则之：真心融入消费者 蒙牛营销法则之：事事都有营销点 蒙牛营销法则之：参观刺激生产力 蒙牛营销法则之：互补性营销 蒙牛营销法则之：客户导向式营销 蒙牛营销法则之：新概念营销法 蒙牛营销法则之：木桶营销法 “赢”家战略 蒙牛战略法则之：有市场经济头脑就有一切 蒙牛战略法则之：王妃原理 蒙牛战略法则之：难易律 蒙牛战略法则之：目标倒推 联想战略法则之：善于搭配，“瞎子背瘸子” 联想战略法则之：科技创新战略 联想战略法则之：6西格玛战略 联想战略法则之：以用户为核心的服务理念 联想战略法则之：学习型战略 “赢”家文化 蒙牛文化法则之：大胜靠德 蒙牛文化法则之：用口号规范行为 蒙牛文化法则之：与自己较劲 蒙牛文化法则之：思想决定高度 蒙牛文化法则之：团队学习型文化 联想文化法则之：认真做人 联想文化法则之：不断传承 联想文化法则之：高瞻远瞩，始于足下 “赢”家人才 蒙牛人才管理法则之：举贤避亲 蒙牛人才管理法则之：选才“三合论” 蒙牛人才管理法则之：优秀的环境塑造优秀的人才 蒙牛人才管理法则之：用才“三级火箭论” 蒙牛人才管理法则之：换人哲学 蒙牛人才管理法则之：经营人心 联想人才管理法则之：从赛马中识别好马 联想人才管理法则之：“缝鞋垫”和“做西服” 联想人才管理法则之：给员工提供没有天花板的舞台 联想人才管理法则之：要的是“发动机”，而不是“螺丝钉” 联想人才管理法则之：折腾法 联想人才管理法则之：斯巴达克斯方阵 联想人才管理法则之：薪酬激励机制 联想人才管理法则之：办公司就是办人

<<中国儒式管理新模式>>

章节摘录

联想文化定律之：不断传承我们不得不承认，联想集团从摸爬滚打中创造了今天的辉煌业绩，不愧为无往不胜的“铁军”。

作为一个民族产业集团，虽然改革开放的大气候为它的成长提供了良好的契机，但是，面对强手如林的国内外电子市场，联想的成长历程不可能是一帆风顺的。

它曾九死一生，在一次次危难中乘风破浪，在泥泞的创业之路上艰难前行。

但是，联想人始终抱着创造传奇的信仰，他们以自己的信念和梦想熔铸了联想之魂，形成了富有个性魅力和无限感召力的企业文化。

联想奇迹的背后，蕴涵着一种“博”的精神，作为民族产业，它充分利用传统制度中的资源，汲取中国传统文化的宝贵营养，同时面向未来和全球，营造一条新兴之路。

“做出一条光彩夺目的项链来”是联想经营理念中的45条原则之一。

靠什么做？

联想的资源不仅仅是实干主义、科学精神，还有一系列的以人为本、以诚为宗的文化内涵。

所谓“联想”本身就体现着不断拓展的含义，“创新”的内涵进入了标识，这是可喜的事情，也是一件具有重大意义的“细节”，这是联想“意识形态”的一次重大转变，标志着杨元庆不仅仅作为联想的名义“领袖”，而且把自己的纲领写入了联想内核。

是一次值得肯定的“升级”。

<<中国儒式管理新模式>>

编辑推荐

《中国儒式管理新模式》讲述了企业思想是一门科学，也是一门艺术。一代宗师孔子一生追求着学问，也弘扬着思想，他认为思想是要普及大众的。这对于企业管理的意义也是深远的。人们普遍认为思想是可以传授的，但在实际生活中，往往传授的只是思想的科学部分。其艺术部分容易被忽视。科学是可以教授的，艺术也是可以传授的。因为思想不只是知识，它也是从实际工作中来的，是从生活中来的。孔子一生讲究的是做人做事，做人做事恰恰是一种高深的艺术。孔子以其言行，为后世树立了一个不可超越的艺术形象。而学习企业的思想，应进入到更深刻的层面。在中国，此刻的神州大地上。有两种思想正震撼着企业管理的深度。它们是蒙牛法则与联想定律。

<<中国儒式管理新模式>>

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>