

<<整合发展>>

图书基本信息

书名：<<整合发展>>

13位ISBN编号：9787513602617

10位ISBN编号：7513602611

出版时间：2012-4

出版时间：中国经济出版社

作者：杜芸

页数：287

字数：260000

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>

<<整合发展>>

内容概要

本书要由中国经济出版社出版发行了，邀我写点文字。想来想去，凭我对她的了解，我认为，善于整合资源是她事业上不断进步的主要动因，便写了这篇短文作为前言。

如今，“一日千里”已不足以形容当代科技的发展情况。正因为如此，很多事情不再是单个企业所能做到的。企业如何通过各种不同的手段合成一种生态系统，凸显个性并形成自己的核心竞争力进而发展壮大？答案是四个字：资源整合。谁具有更强的资源整合的能力，谁就拥有无可争辩的竞争力。

<<整合发展>>

作者简介

杜芸，长期在中央媒体及国家有关部门从事课题研究，担任多家政府和企业的整合战略顾问。主持策划众多项目的成功案例。

<<整合发展>>

书籍目录

序

前言整合的时代

壹

一、资源是全方位的

二、资源的种类与特性

三、资源的发掘

四、老舍“茶馆”与西方咖啡屋

五、中国的就是世界的

六、世界需要什么样的“资源整合专家”

七、历史上的大智慧大谋略

贰

八、政府资源整合策略

九、区域经济资源整合的典型案例分析

十、矿产资源整合的典型案例分析

十一、旅游资源整合策略与案例

十二、科技资源整合策略与案例

十三、特产资源整合策略与案例

十四、信息资源整合策略与案例

十五、整合，创造真正成功的团队

十六、国际传媒的大融合时代

十七、天柱乡鸭企业发展战略建议书

叁

十八、成功者的足迹：在人脉资源整合的路上

十九、老板与官员：中国特色的人脉关系术

二十、人脉关系整合论

二十一、和陌生人说话

二十二、社交能力的培养

二十三、人际关系中的情感力量

二十四、整合人脉关系中的几个关键词

二十五、人脉关系全攻略

二十六、整合力就是学习力

跋

<<整合发展>>

章节摘录

(3) 度假类旅游资源。

典型的温带海洋性季风气候和分布较广的温泉资源为度假、疗养、居住提供了相同纬度区域所不能比拟的自然基础。

莱州的云峰山、招远的罗山、牟平的昆崮山等国家级森林公园，长岛国家自然保护区，蓬莱、金沙滩、养马岛、海阳凤城等旅游度假区和海阳国家级城市湿地公园及已开发的数十处温泉，使烟台成为游客观光、度假、保健、体育、博览的胜地。

2. 厚重的人文旅游资源 据考证，早在旧石器时代，本区就已经有人类活动，是中华文明重要来源的东夷文化的发祥地，留下了诸如东巡宫、养马岛、蓬莱阁等丰厚的文化遗产。

全市共有文物古迹八百多处，其中新发现和重新评估并具有较高历史价值的文物史迹就有330处。

以境内昆崮山为代表的道教文化，以民族英雄戚继光为代表的精武文化，以福山菜为代表的饮食文化，以多彩的民俗节为代表的民俗文化和胶东特色的捕捞文化，为本区珍贵的旅游资源。

3. 中西方文化碰撞、交流、融合的城市--烟台 海岸线是内陆文明和海洋文明的“交集”地带。

烟台从古至今一直是对外重要的通商口岸，春秋战国时代已是北洋航线上的重要停泊点。

唐朝时期，烟台辖区登州湾便同广州、交州、扬州并称为四大通商口岸。

日本13次派遣唐使人唐求法，首次是在烟台登陆的。

宋太宗淳化四年（公元979年）派遣使者赴朝鲜也是由烟台起航的。

中国的丝绸、冶铁、造纸等技术，由烟台传入朝鲜、日本等地。

而中国最早的对外交流活动也与烟台有关：公元前210年，秦始皇长生的欲望越来越强烈，第三次东巡找徐福求药，到了芝罘岛并挽弓发箭，射杀了一条大鱼（徐福谎称的求仙药不成的障碍）。

徐福这才又扬帆出海，到了东瀛（日本），拉开了中日交流的第一页。

1861年烟台正式开埠，1862年设立“东海关”，这是近代山东第一个对外开放口岸。

英国、美国、日本、德国等17个国家先后在烟台设领事馆，洋学堂、洋行、洋医院，洋货也相继由烟台上岸。

烟台老城区以充满浓郁欧洲文化色彩的欧式建筑群在绿树的映衬下额外耀眼。

中西文化和这里独有的捕捞文化相互交融，经过历史的沉淀后，都渗入进这里老房子的一砖一瓦。

一位游记作者深情地写道：“海岸路尽头是烟台山公园。

这一带原先是外国领使区，有许多欧式别墅。

现在的太和海鲜舫，是幢英国式建筑，建于1865年，最初是英国商贾和侨民的‘芝罘俱乐部’，后来一些其他国家的领使官员和商人也常来聚会，成为‘烟台外国总会’。

顺梯而下，来到会所的地下室，眼睛在昏暗的灯光下慢慢适应，一个古老的双球道保龄球馆呈现在我面前。

没想到一百三十多年前，英国人在没有电动设备的情况下，居然利用球的惯性，设计出如此巧妙的保龄球馆”。

二、烟台市旅游资源整合开发的现状分析 “十五”期间，烟台共接待游客5593.47万人次，年均增长11.72%，实现旅游收入428.91亿元，年均增长14.75010。

2007年旅游总收入占到全市GDP6.46010，比山东全省平均水平高0.06个百分点，比全国的平均水平高两个百分点。

但是，烟台市旅游业从市场规模来看，在全省还处于第二梯队，离第一梯队青岛还有1300多万人次的差距，只和济南大体相当；从收入来讲，也处于第二梯队，比青岛的400亿的一半还不到；从旅游效益来讲，每一个游客在烟台的平均消费只有794.7元，而青岛为1006元。

而且，第三产业的比重只占30.71%，低于山东省平均水平，比全国低了八个百分点。

为什么会出现这样的问题？

1. 形象定位模糊 烟台有很多品牌和称号：2004中国最佳魅力城市，2005联合国人居奖，2005全国文明城市；还有中国优秀旅游城市，全国文化模范市，全国投资环境优秀城市，国家卫生城，国际

<<整合发展>>

葡萄酒城等。

这绝对是烟台的优势，但是究竟要给人们留下一个怎样的烟台形象呢？

应该说，这里犯了一个根本的错误--传播学的错误--没有突出一个概念：就像大连的“浪漫之都”，杭州的“休闲之都”那样明晰。

.....

<<整合发展>>

编辑推荐

《整合发展：360度资源整合》由“十二五期间权威专家联袂推荐”，全新解码整合案例。

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>