

<<房地产企业文化>>

图书基本信息

书名：<<房地产企业文化>>

13位ISBN编号：9787538850635

10位ISBN编号：7538850635

出版时间：2006-3

出版时间：黑龙江科学技术出版社

作者：祁然

页数：95

字数：150000

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>

<<房地产企业文化>>

内容概要

企业的灵魂在于人，人的灵魂在于文化；在某种意义上，企业的进步与人的进步同时进行。如何为人与企业的结合提供有效的载体和渠道，则是一个企业获得持久发展所必须面临的重要问题，房地产行业也一样。

我们知道，在市场经济条件下，针对房地产行业具体特征要求，房地产企业最终必须与消费市场紧密结合起来，而优秀的房地产企业文化建设也是有效连接二者的桥梁。

人们从四面八方聚拢到一个企业里，带来了应各自经历、背景而生的市场观念与价值取向，在企业的发展历程中，经由不断的磨合与互融而统一起来，并不断向消费市场靠拢，这促使企业更好的参与市场竞争中去。

但同时，市场经济又确定了人的主体地位，形成了人的全面关系，促进了人的各种文化能力的发展。

企业文化为现代企业人全面发展提供了机遇和条件。

房地产企业文化作为管理文化，是企业的价值观念、制度模式、品牌理念以及营销方式的文化提升和凝练。

它往往为企业内的员工所共有，经由较长时间的沉淀而留存下来。

企业员工通过对企业文化这种延续性知识的学习，把企业的价值观念和自己的行为方式逐渐融合为一体。

很多人有这样的观点：当今的房地产企业缺少文化。

事实上，并不是他们没有文化，而是企业文化并未被广大房地产企业真正重视并发展起来，有不少企业已具备了文化的形态，却没有进一步凝聚出其精髓。

适者生存、优胜劣汰是市场经济的普遍规律，形成一套具有自身特色的企业文化，是我国房地产企业适应市场经济发展的关键所在。

要在激烈的市场竞争中取得成功，必须将企业自身的文化优势与其经营规模、经营策略相结合。

仅靠耀目的房地产产品已不足够，一个企业能企及的最高市场地位将促成消费者对其企业文化及核心价值观的理解、认知与认同。

同时，员工是企业效益的创造者，人的全面发展促进企业的整体素质提高和全面实现现代化；先进的企业文化塑造出现代的企业人，而现代的企业人深谙经济规律和市场运作机制才能引领企业更加契合市场。

成功的房地产企业大都具有强势文化，譬如万科、华远等。

尽管我国的房地产企业文化目前仍处在传统公司文化与自我更新的企业文化并存的状态，但无论是万科的“建筑无限生活”，还是华远的“来自于社会，服务于社会”，都足以说明企业文化已经深入影响着我国房地产企业的发展，并将企业引向依靠优秀品牌参与市场竞争之路。

而如何重塑好文化这一房地产企业的灵魂，将会是接下来很多企业都须要尽心去探询的究竟，我们关注、讨论的目的是为了发现问题、总结经验以及归纳方法。

一个人的灵魂不足以支撑起整个企业的灵魂，企业整体完善的文化才是她恒久的生命力；一个企业灵魂的力量不足以带动整个房地产业的发展，每个灵魂都引导其企业健康地参与到市场竞争中才能永葆房地产行业的活力。

<<房地产企业文化>>

书籍目录

卷首语 重塑房地产企业的灵魂 业内动态关注 中国代表性房地产企业文化荟萃 洪扬：企业文化的力量 沈望舒：建立房地产企业的主流文化 刘东：不做一个人的文化宏观 2006中国房地产市场十大预测 中国房地产业向何处去 房地产周期与投资决策战略对话 战略合作与战术合作专题研究 西环广场印象 以市场需求为导向 西环广场商业价值点评 也评西环广场 杂话西环建筑文化 让·努韦尔建筑作品的感官印象与内涵表达 生长与拼贴的集仿案例 操盘者说 Naga上院 新盘出炉 PEKING HOUSE首府 老盘解密 凤凰城置地公寓活力城市 新大栅栏科技创新 经典与时尚之间 海外事务所 英国chipperfield建筑师事务所杂谈 第三类接触

<<房地产企业文化>>

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>