

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

图书基本信息

书名：<<私营企业决胜市场要懂的200条锦囊妙计>>

13位ISBN编号：9787542929587

10位ISBN编号：7542929585

出版时间：2011-7

出版时间：立信会计

作者：凡禹//昌纯

页数：380

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>

<<民营企业决胜市场要懂的200条锦>>

前言

在中国私营企业发展史上，史玉柱的奋斗历程堪称样板。

史玉柱说过很经典的一句话：我觉得对我们现在的中国民营企业家来说，最大的挑战不在于他能不能发现机遇和把握机遇，而是他能不能抵挡诱惑。

这是史玉柱近20年商海浮沉中的切身体会，依靠脑白金站起来，又高调进入网游市场。

他说：“现在，我在决策任何一个项目时，都会作最坏的打算，都会先估算一下，如果发生亏损，损失会超过我净资产的三分之一吗？

如果超过三分之一，再大的诱惑我也不干。

而在过去，我是想做什么，就不考虑其他。

”当年巨人大厦的倒掉，使史玉柱成为“死过的人”，死过的人获得重生之后，向别人描述死亡过程和地狱场景，自然使人信服。

史玉柱的“死”，不是死在别人的进攻之下，而是死在自己的心态上。

确切地说，是死在自己面对诱惑时软弱的抵抗力上。

在史玉柱的“死亡”过程中，两次诱惑将他打进万劫不复之渊。

“企业没有现金，像人没有血液一样，没法生存，一个礼拜之内，”巨人”就迅速地垮了，并欠下了两亿元的债务，从休克到死亡，时间非常短。

”史玉柱说。

史玉柱遇到的第一次诱惑是多元化诱惑。

史玉柱说：现在民企几乎无一避免走多元化之路，一做大就多元化，但往往三五年就完蛋，我就这样完蛋过一次。

其中道理很简单，领导者的知识面、团队的精力、企业的财力都是有限的，但机会是无穷的，现在各领域的竞争都是白热化，企业只有发挥最大的精力，形成核心竞争力才能立足，投资不熟悉的领域一定要慎重，宁可错过100次机会，也绝不要投错一个项目。

史玉柱遇到的第二个诱惑是荣誉诱惑。

按照史玉柱的说法，1992年决定盖巨人大厦的时候，开始是准备盖18层，但这个想法一闪而过，出来的方案是38层。

1992年下半年一位领导来参观，建议把楼盖得高一点，于是设计改到54层，后来很快又改到64层。

由54层到64层基于两个因素：一是设计单位说54层改为64层对下面基础影响不大；二是公司想为珠海市争光，盖一座标志性大厦。

当时广州想盖全国最高的楼，设计63层，我们要超过它。

1994年一位领导人来考察，公司觉得64层有点犯忌讳，几个负责人一商量就决定把大楼改为70层。

仅仅是为了虚荣，决定公司命运的决策就这样定下来了。

两年后，巨人集团陷入了无可挽回的困境。

中国民营科技实业家协会秘书长华贻芳在巨人集团出事之后，曾写过一首打油诗交给了史玉柱，这首打油诗的内容是：“不顾血本，渴求虚荣；恶性膨胀，人财两空；大事不精，小事不细；如此寨主，岂能成功。

”后来，史玉柱将这首打油诗挂到了办公室的墙上。

史玉柱自我救赎成功，重新站起，在听过了史玉柱对于过去失败的反思之后，华贻芳又在现场送给史玉柱一首打油诗：“现代企业，大事两桩；经济文化，半斤八两；既能赚钱，更会育人；如此寨主，方成好汉。

”从巨人汉卡到巨人大厦的倾覆，到脑白金、黄金搭档的翻身，再到巨人集团纽约上市成功融资10亿美元，史玉柱以自己的创业史演绎了一部惊心动魄、跌宕起伏的“人间悲喜剧”。

现在，无数投资机会诱惑着史玉柱，但他都因决策委员会的反对克制住了。

他坦言，企业发展过程中遇到的“诱惑”实在太多了，一不小心，容易踩到“地雷”。

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

从史玉柱的艰难探索中，我们不难窥得中国私营企业发展所经历过的阵痛，也不难知晓私营企业创业者们丛林生存的困境，这是一部凝结着太多艰辛与教训的成长史。

黄宏生说：“民营公司是野生的，要生存下来很辛苦。

”私营企业从无到有，从小到大，由大到强，这是每一位企业主、老板或经理人共同的愿望，创业者靠着无比的勇气和耐心、敏锐的头脑和旺盛的斗志带领企业走过创业的艰辛之路，但所有人都面对着一个共同的难题：如何在大环境无法改变的条件下，使自己的企业能够生存与发展。

对此，华人首富李嘉诚也有过感慨：“成功实际上是相对的。

创业的过程，实际上就是恒心和毅力坚持不懈的发展过程，这其中并没有什么发达秘密，但要真正做到中国古老的格言所说的勤和俭也不大容易。

而且，从创立之初开始，还要不断地学习，掌握各种能力。

我自己从创立开始到1963年这一二十年来，平均每天工作16个小时，而且每星期至少有一天是通宵达旦的。

”柳传志曾经在2002年时说：“我从1984年创办企业，18年间和我同台领过奖的许多知名企业，今天回头去看，绝大部分已经销声匿迹。

”

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

内容概要

中国的私营公司不是不能做大做强，而是中国的私营公司只要做大做强，成本就很可能失控，而造成企业后续经营困境。

中国的私营公司如要做大做强，在过程中就必须“控制成本、精益求精”。

经济学家郎咸平如是说。

凡禹编著的《私营企业决胜市场要懂的200条锦囊妙计(成功金版)》基于大量私营公司成长和发展成功的经典案例，全景式地论述私营公司做大做强的黄金法则——从私营公司的创立到发展、从市场到营销、从人才到管理、从危机处理到经营方略……《私营企业决胜市场要懂的200条锦囊妙计(成功金版)》深入浅出地分析了私营公司决胜未来，创造长续发展可能的各个层面，解决了私营公司的领导者在经营公司的过程中可能遇到的诸多问题。

书籍目录

第一章 成功不是偶然，八仙过海各显神通

1. 合理整合和利用全球资源
2. 成本控制新论：无限优化产业链
3. 借力传统行业，孵化技术新宠
4. 做循环经济的倡导者
5. 既要稳扎稳打，也要抢占先机
6. 到冷门的地方去投资
7. 当企业还小时，不妨试用贸工技模式
8. 虚拟经营，打造没有围墙的协合联合体
9. 向国际市场挺进

第二章 榜样模式，撬动利润区

10. 皇明模式：找准独特位置，为后来者设置门槛
11. 盛大模式：垄断上游资源，整合下游终端
12. 触动传媒模式：不创新，毋宁死
13. 阿拉丁模式：在服务盲区找到生存空间
14. 网盛模式：小门户+联盟
15. 龙的模式：逆向打通价值链
16. 佳美模式：轻资产方式经营，赚足风投眼球
17. 价值中国网模式：和用户分享一切
18. 雅昌模式：既有开放的外延，也要有兼容的内涵
19. 经仕模式：化废为宝，坚持可持续开发

第三章 优化内部治理，让战斗力常青

20. 管理就是沟通、沟通、再沟通
21. 打破壁垒，群策群力
- 22. 让管理流动起来
23. 点子最值钱，而架子让人厌恶
24. 人心齐，泰山移
25. 上帝的右手是温柔的，但他的左手是严厉的
26. 霹雳手段执行制度，菩萨心肠讲求情理
27. 用试点改革来推进全面改革
28. 成长是一种疼痛的过程

第四章 激活蓝海思维，在红海中与鲨同游

29. 个性是经营之本
30. 善于发现市场空白就是在创造蓝海
31. 变革思维，在红海中勇于突围
32. 重估一切行业规则
33. 科技创新要牢记不能脱离市场需求
34. 为顾客提供差异化选择，做足竞争优势
35. 剑走偏锋，另辟蹊径，
36. 充分挖掘“长尾理论”的潜力
37. 商机藏在市场细分中

第五章 绕开多元化陷阱，只有偏执狂才能生存

38. 在诱惑面前，坚持最初的道路与梦想
39. 学习李书福的“疯子哲学”
40. 投资的第一法则：不熟不做

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

- 41. 咬定青山不放松，不达目标不罢休
- 42. 要么出局，要么做到数一数二
- 43. 经营企业要耐得住寂寞
- 44. 制定准确的发展战略，才能形成有效突破
- 45. 将分散资源专注集成产业化
- 46. 卖指甲钳也要卖到全国第一

第六章 多元化之路：凤凰涅槃，只为浴火重生

- 47. 不要把所有的鸡蛋放在同一个篮子里
- 48. 发挥品牌与产业互动的乘数效应
- 49. 在个性与多元之间
- 50. 革自己的命，凤凰只需涅槃
- 51. 企业的航向必须向着客户
- 52. 增强企业黏性：一切以用户价值为导向
- 53. 在行业衰退期“华丽转身”
- 54. 形成互补、协同竞争的产品与服务体系
- 55. 如履薄冰，在否定之否定中前行
- 56. 把握大势，勇当弄潮儿

第七章 让品牌无疆界

- 57. 与外资合作，加强品牌影响力
- 58. 最好的救市方式就是谋求更大的发展
- 59. 严把质量关，以高质量赢得客户和市场
- 60. 从中国制造到中国创造
- 61. 借口碑搭建快捷通道
- 62. 树立强烈的商标保护意识
- 63. 依托优秀的品牌管理系统
- 64. 大事件营销的魅力
- 65. 精准定位，打造深入人心的强势品牌

第八章 价格战是缓兵之计，价值战才是长胜之道

- 66. 是“价格屠夫”还是“价值教父”
- 67. 打价值战，不打价格战
- 68. 企业正道是创新
- 69. 以消费者需求为导向进行价值定价
- 70. 拼的是实力
- 71. 更低价格，最终靠量取胜

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

章节摘录

1993年，格兰仕第一批1万台微波炉正式下线；1996年，格兰仕微波炉产量增奎607J台，随即在全国掀起了大规模的降价风暴，当年降价40%。

降价的结果，是格兰仕产量增至近200万台，市场占有率达到47.1%。

此后，格兰仕高举降价大旗，前后进行了9次大规模降价，每次降价，最低降幅为25%，一般都在30%~40%，格兰仕的降价风暴使微波炉在中国得到了普及，让中国老百姓提前十年用上了微波炉。

格兰仕为什么能以那么低的成本生产并且获利呢？

格兰仕依靠的就是虚拟扩张的资源整合策略。

众所周知，打价格战必须有成本优势，而成本优势的前提是产量规模的提高，从规模产量中获取规模效益。

规模扩大带动的是成本下降，成本下降引起价格下降，价格下降又直接扩大了市场容量，企业资金回流也相应增加，企业规模再次扩大，成本再次下降……这个简单的循环正是格兰仕一波又一波的价格战的动力所在。

但是，按照一般的企业发展路径而言，企业要扩大规模就必须增加企业固定投资，或者是新建生产线，或者是收购别的企业。

在资金有限的情况下，很有可能造成一方面企业规模扩大不理想，同时，对企业现有的现金流又造成影响，一旦举措不当，反而使企业陷入困境。

格兰仕的成本降低策略突破传统企业发展思路，他们充分利用自身优势，有效地整合了企业外部资源，从而即使企业规模得以扩大，又大大地提高了企业的价格竞争力。

格兰仕充分利用国内劳动力成本远远低于发达国家的有利条件，通过接收对方的生产线，并以低于当地生产成本的价格，给对方供货。

随着搬过来的生产线的逐步增多，格兰仕的生产规模也越来越大，专业化、集约化程度也越来越高，成本也就大幅下降了。

这样做，不仅没有动用自有资金投资固定资产，而是将别人的生产线一个个地搬到了内地，而且建这些厂用的还是别人的钱。

规模的扩大不仅仅没有让格兰仕背上沉重的成本包袱，反而成为它克敌制胜的不二法门。

格兰仕的这种发展策略就是虚拟扩张，通过优势互补，有效地整合了资源，从而最大化地提高了资源利用率。

格兰仕总经理梁庆德运用整合思维，整合优势，“虚拟”出了自己的生产线，使格兰仕走上了快速发展之路。

以微波炉的变压器为例，格兰仕起初并没有这个生产线，只好分别从日本和欧洲进口，从日本的进口价为23美元，从欧洲的进口价为30美元。

梁庆德对欧洲的企业说：“你把生产线搬过来，我们帮你干，然后8美元给你供货。

”欧洲的企业倍感为难，这时，梁庆德又对日本的企业说：“你把生产线搬过来，我们帮你干，干完后5美元给你供货。

”现在，格兰仕微波炉变压器的成本仅为4美元。

梁庆德的算盘非常明确，我们的优势是低成本的人力资源，而欧美企业的技术和生产线显然要优于我们，那我们彼此合作，优势互补，从而最大化地降低成本，而格兰仕也零成本获得了生产线和技术。

不仅如此，格兰仕实行三班倒24小时工作，使得格兰仕的一条生产线创造出相当于欧美企业的6~7条生产线的产能。

加之双方的工资水平、土地使用成本、水电费、劳动生产率等相差较大，并且大大节约了固定资产投资，格兰仕获得了其他企业无可比拟的总成本领先优势。

随后，格兰仕进一步整合国际资源，从元配件到整机，全方位与跨国公司展开合作。

它已经同200多家跨国公司建立了合作关系，许多跨国公司将附加值微薄的微波炉等产业战略转移到格兰仕，通过优势互补实现了生产力水平的进一步提升。

目前，格兰仕制造的变压器等配套元器件一年的产能已突破2000万个，其中一半左右的产量要返销到

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

发达国家，在磁控管、定时器、微动开关、集成电路、微型电机等元器件、零部件的生产制造方面同样达到了国际一流水平。

这种通过合理整合全球资源的方式，不仅大大降低了成本，而且成功地规避了市场风险，使格兰仕顺利地实现了资本、市场的同步扩张。

可见，思路决定出路，只要懂得利用资源是无限的。

现在我们已经步入了一个经济全球化的时代，这是一个很难得的机遇，我们的企业要把握好，要用全局化全球化的思维来着眼企业的发展。

.....

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

媒体关注与评论

只有偏执狂才能生存。

--安迪·格罗夫 市场竞争不同情弱者，生死存亡靠自己。

--埃德蒙·费尔普斯生于忧患，死于安乐。

--孟子 一头狮子带领一群绵羊，可以打败一头绵羊带领的一群狮子。

--杰克·韦尔奇 创造利润是一个公司非常重要的任务，但绝不是它的最终目的。

利润只是公司的一个手段，是为了更好地、更充分地开展工作或制造产品、提供服务，最终目的是让企业发展得更平稳、活得更长久。

--查尔斯·汉迪 作为一个自然人，受自然规律制约，有其自然生命终结的时间；作为一个法人，虽然不受自然规律的约束，但同样受到社会逻辑的约束。

一个人再没本事也可以活60岁，但企业如果没能力，可能连6天也活不下去。

如果一个企业的发展能够顺应自然法则和社会法则，其生命可以达到600岁，甚至更长。

--任正非

<<私营企业决胜市场要懂的200条锦>>

编辑推荐

如何提供最好的智囊样本，帮助中国私营企业经营者把公司做好、做久，打造基业长青和令人尊敬的伟业，让企业最终形成天时、地利、人和的三才一统的新气象——这是《私营企业决胜市场要懂的200条锦囊妙计（成功金版）》所有的立意、发愿的源头。

如何摆脱丛林生存困境，如何在诱惑多发的商业社会中提高抵抗力，如何在竞争激烈的商业战场立于不败之地，这里，将给你答案！

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>