

<<成长>>

图书基本信息

书名：<<成长>>

13位ISBN编号：9787565000508

10位ISBN编号：7565000507

出版时间：2009-8

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：董建江，张艳 编

页数：294

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>

## 内容概要

中国烟草行业实行专卖专营制度，对维护消费者利益和保证国家财政收入作出了重大贡献，在全社会全面推行市场化改革过程中，目前正处于行业的转型期，急需研究专卖体制下的烟草行业改革和发展，以期指导行业实践。

《成长：中国烟草行业过度式转型》以“企业成长”为主线，运用转型经济学、企业成长理论、企业生命周期理论等理论成果，采用实证和规范分析方法，从理论篇、环境篇、实践篇、价值篇四个视角全面系统地总结了烟草行业几十年来的发展历程，特别是对近几年改革发展过程、成效、经验进行了有说服力的梳理、提炼，重点揭示了烟草行业发展的一些基本规律，在此基础上，面向未来，对行业未来“成长”提出了许多有价值的设想和建议。

## 书籍目录

序理论篇第1章 智慧——过渡式转型1.1 经济转型理论 1.1.1 经济转型的内涵1.1.2 经济转型的分类及特点1.1.3 经济转型理论的几种范式1.1.4 中国经济转型的原因1.2 过渡式经济转型的基本假设1.2.1 经济转型的过渡阶段和过渡式经济转型1.2.2 过渡式经济转型的基本假设1.3 烟草行业经济转型的背景、历程和路径1.3.1 中国烟草行业经济转型的背景1.3.2 中国烟草行业经济转型的实践历程1.3.3 安徽烟草率先进行过渡式转型1.3.4 烟草行业过渡式转型的基本路径第2章 愿景——成长型组织2.1 企业成长2.1.1 企业成长理论评述2.1.2 企业成长的阶段性特征2.1.3 我们关于企业成长的观点2.2 烟草企业成长2.2.1 中国烟草行业的成长阶段分析与界定2.2.2 安徽烟草商业成长阶段定位2.2.3 安徽烟草成长阶段特征2.3 在转型中成长与在成长中转型2.3.1 在转型中成长2.3.2 在成长中转型 2.3.3 企业组织成长与转型的关系环境篇第3章 环境——机遇大于挑战 3.1 市场经济背景下的垄断经营3.1.1 放眼全球：垄断与竞争的博弈 3.1.2 聚焦中国：行政割据型垄断走向经济集中型垄断3.1.3 机遇与挑战并存3.2 控烟运动风起云涌3.2.1 控烟运动的提出3.2.2 控烟运动发展的历程3.2.3 中国政府的基本立场3.2.4 对企业组织成长的影响3.3 国内竞争国际化3.3.1 国内竞争国际化的具体表现3.3.2 国内竞争国际化对烟草行业的影响第4章 视野——世界烟草变革扫描4.1 美国烟草业的变革与发展4.1.1 发展环境4.1.2 主要跨国公司发展态势——奥驰亚集团(A1 烟草集团)4.1.3 发展趋势4.2 印度烟草业的变革与发展4.2.1 发展概况4.2.2 面临的问题4.2.3 改革之路4.3 英国烟草业的变革与发展4.3.1 发展概况与控烟举措4.3.2 调整与变革4.4 日本烟草业的变革与发展4.4.1 管理体制变革4.4.2 日本烟草公司发展历程4.4.3 烟草文化与禁烟运动实践篇第5章 突破——工商管理分设5.1 工商一体管理体制5.1.1 工商一体管理体制的流变历程5.1.2 工商一体管理体制的历史影响5.2 历史选择了安徽5.2.1 烟草行业变革图强刻不容缓5.2.2 安徽烟草担当改革开路先锋5.2.3 工商分设实现“软着陆” 5.3 建立统一开放竞争有序的烟草市场体系5.3.1 烟草市场体系的特性5.3.2 烟草市场体系建设历程和现状5.3.3 对建设统一开放竞争有序卷烟市场体系的思考第6章 从无到有——卷烟销售网络6.1 模式演变6.1.1 全国卷烟销售网络建设历程6.1.2 安徽卷烟销售网络建设发展历程6.2 服务为本，效率为先6.2.1 服务是灵魂6.2.2 效率是根本6.3 营销网络建设总要求6.3.1 基本内涵6.3.2 体系框架第7章 由弱变强——卷烟工业企业重组和品牌再造7.1 重组三部曲7.1.1 关停并转7.1.2 联合重组7.1.3 跨省重组7.1.4 兼并重组需要注意的问题7.2 打造有竞争力的国际性品牌7.2.1 品牌建设历程和现状7.2.2 中国卷烟品牌国际化之路第8章 变革——“按客户订单组织货源” 8.1 卷烟交易方式变革8.1.1 变革背景8.1.2 “按客户订单组织货源”应运而生8.2 从试点到全面推进8.2.1 “订单供货”渐入深水区8.2.2 运行冲突8.3 “三个更加注重”与“三个延伸” 8.3.1 做好四项工作，落实“三个注重” 8.3.2 “三个延伸”全面提升订单供货工作水平第9章 转型——农、工、商发展新画卷9.1 传统烟叶生产转向现代烟草农业9.1.1 发展现代烟草农业的背景9.1.2 现代农业的发展模式9.1.3 中国烟草农业的发展现状9.1.4 发展现代烟草农业的思路和措施9.1.5 现代烟草农业的思考和远景9.2 卷烟营销转向现代物流9.2.1 正确处理好五个关系 9.2.2 全力做好八项工作9.3 工厂制转向公司制9.3.1 工厂制向公司制转变的历程与现状9.3.2 工厂制向公司制转变的历史原因和现实条件9.3.3 推动工厂制向公司制转变措施要求9.4 基于信息化的全流程管理9.4.1 当前烟草行业经营管理存在的主要问题9.4.2 基于信息化的全流程管理是烟草行业发展的必由之路9.4.3 基于信息化的全流程管理的实施方法价值篇第10章 成长——提升核心竞争力10.1 企业核心竞争力研究述评10.1.1 企业核心竞争力的界定与特征10.1.2 企业核心竞争力的构成要素10.1.3 企业核心竞争力的识别与评价方法10.2 安徽烟草竞争力分析10.2.1 评价指标体系的构建10.2.2 核心竞争力评价实证分析10.3 转变经济发展方式10.3.1 经济发展方式概念10.3.2 转变经济发展方式是烟草行业发展的必然选择10.3.3 安徽烟草转变经济发展方式对策第11章 伦理——责任，诚信，和谐11.1 安徽烟草伦理关系的方法论基础11.1.1 责任11.1.2 诚信11.1.3 和谐11.2 安徽烟草伦理关系的价值诉求11.2.1 人的价值高于物的价值11.2.2 社会价值高于经济价值11.2.3 共同价值高于个人价值11.3 安徽烟草伦理关系的规制建构和文化支撑11.3.1 注重法律规制，不辱行业使命11.3.2 完善规则体系，构建长效机制11.3.3 推进文化建设，实现员工自律参考文献后记

<<成长>>

## 章节摘录

理论篇 第1章 智慧——过渡式转型 1.1 经济转型理论 经济转型一般是指一个国家或地区、产业的经济结构和经济制度在一定时期内发生的根本性的变化。

1.1.1 经济转型的内涵 一、对转型的理解 “转型”一词是从化学领域的“构型”、“构象”及生物学上的“进化”等词发展而来的，其意指通过改变分子结构的排列组合方式，使其具有新的结构与功能。

在这里，“型”主要是指事物的结构，“转型”就是通过变换事物的结构而增加或减少事物的功能的过程。

“转型”作为一个基本概念，最初应用在数学、医学和语言学领域，后来被移植、延伸到社会学和经济学领域。

国内外学者一般把“转型”理解为从计划经济向市场经济的转变，认为转型是一个发生根本性变化的过程：从基于国家控制的社会主义集中计划经济转向自由市场经济。

后来社会主义转型就是以市场经济替代中央集权计划经济的过程，并且认为转型与改革根本不同，应当将市场化改革与向市场经济转型区分开来。

#### 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>