

<<成败巨人>>

图书基本信息

书名：<<成败巨人>>

13位ISBN编号：9787802073784

10位ISBN编号：7802073782

出版时间：2006-1

出版时间：经济管理

作者：何学林

页数：283

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>

<<成败巨人>>

内容概要

史玉柱和他领导的企业是迄今为止唯一经历了“大起大落又大起”这样一个完整过程的著名企业和企业家，是中国企业活的标本，即使在世界经济的历史长河中也不多见，对它的解剖理应成为中国乃至世界各国MBA课堂上的经典教案，成为一切创业者、成功者、失败者、研究者、学习者、关心者、历史记录者们探索的对象，成为一笔宝贵的社会财富。

史玉柱在干什么？

巨人会走向哪里？

与四通的合作有何内幕？

这都是我们读者所关心的。

作者何学林一直关注史玉柱及其企业的发展，把握了史玉柱及巨人集团的第一手材料，多年潜心研究，写就本书。

何学林还对史玉柱的企业发展有过相当准确的预测。

本书深刻揭示了史玉柱的企业发展有过相当准确的预测。

本书深刻揭示了史玉柱两次快速发迹的真正秘诀和巨人突然倒下的根本原因，全面揭露了史玉柱东山再起的真相和脑白金战略与策略，详细披露了入主ST国货、与四通合作的内幕，揭开了中国第一代民营企业整体衰落的命运之谜。

<<成败巨人>>

作者简介

何学林，经济学家、财经作家、著名策划专家。

1992年中国人民大学经济学硕士毕业。

曾先后任职于国家部委机关、国有跨国公司、大型财团及房地产集团等，从事资本资产运作、企业收购与兼并、股份制改造和上市等工作。

现任何学林大策划机构总策划师，从事企业发展战略、高层营销、管理咨询等方面的策划工作。

已出版《西方社会主义经济学》《十年一剑》、《世界寻梦圆大策划》和《战略决定成败》等专著，发表各类文章200多篇。

何学林1992年起从事策划工作，拥有“中国十大营销策划专家”之称。

深厚的理论功底、丰富的实践经验、企业运作经验和策划经验，使他在中国策划界独树一帜，独创整体大策划品牌，创造了一系列大手笔策划，其中“全球人脑大联网大策划”、“世界婚礼文化名城”、“世界寻梦圆”、“奥运圆梦圆”、“史玉柱东山再起”等，在业界引起强烈反响。

<<成败巨人>>

书籍目录

序章 站在巨人的肩膀上——由巨人看到更多 《中国经营报》揭开中国企业兴衰成败命运之谜 《经济导报》何学林：鲜花往往就插在牛粪上 《重庆晨报》史玉柱东山再起大起底 《重庆晨报》第三只眼睛看“巨人” 序 中国民营企业为什么衰落 引言 一个值得全球企业和大学研究的经典案例 第一章 巨人大失败警示录 “百亿计划”与“三级火箭” 大失败警示之一 错误恰恰发生在战略上 “三大战役” 巨人“滑铁卢”之战 巨不肥之战 挽救巨人的“休克疗法” 四面楚歌 “后方”起火全国冒烟 楼花到期 史玉柱向公众撕破脸皮 求助贵人 等候的是副总理的到来 大白天下 巨人危机总爆发 大失败警示之二 荒谬的债务危机 “理论” 第二章 为史玉柱东山再起指点迷津 病因诊断 揭开中国企业命运之谜 指点迷津 巨人怎样站起来 大失败警示之三 中国企业亟须战略顾问 大失败警示之四 不是广告惹的祸 第三章 脑白金战略与策略 隐蔽战略 史玉柱和他那“二十几条枪” 一字之改 脑白金的命名策略 江阴调查 新“农村包围城市”战略 两颗生物原子弹 脑白金的软文炒作策略 席卷全球 一本奇特的“产品说明书” 鲜花插在牛粪上 脑白金的广告轰炸策略 像卖葡萄一样卖脑白金 脑白金的定位策略 一手交钱一手交货 脑白金的渠道网络策略 围魏救赵 脑白金危机公关大策划 根本之策 让自己立于不败之地 第四章 史玉柱发财秘密大揭露 第五章 暴利的秘密 第六章 成也战略 败也战略 跋一 呼唤企业战略家 跋二 沉底十年剑出鞘

<<成败巨人>>

媒体关注与评论

巨人集团在企业文化方面存在很多问题，“我们要做东方巨人”这样的口号太虚。要想重建必须要提一些实用的口号，不要搞空洞的。

——联想控股有限公司总裁 柳传志 “我们要与巨人同行”。
我们做人与做事的原则比较相同，不推辞应该承担的责任，我很欣赏史玉柱对员工说过的话：“从现在起，你自己要忘记你是四通的，还是巨人的。”

——四通控股集团总裁 段永基 史玉柱及其领导的企业是迄今为止中国唯一经历了“大起大落又大起”这样一个完整过程的著名企业家和著名企业。

这是一个永远值得中国企业界和经济界高度关注和认真研读的经典案例。作为企业家、经济学者、见证者的何学林是这一案例最理想的诠释者。

——北京建龙国基投资有限公司执行总裁 曹毅 我是一个著名的失败者。
现在回过头来想想，我觉得我人生中最宝贵的财富就是那段永远也无法忘记的刻骨铭心的经历。段永基有句话说得特别好，他说成功经验的总结多数是扭曲的，失败教训的总结才是正确的。

——四通控股集团CEO 史玉柱 中国企业首先应当发展壮大起来，难道仅仅因为看见一个巨人摔了一跤，我们就拒绝长大？
——海尔集团董事长 张瑞敏

<<成败巨人>>

编辑推荐

12000万创业者、营销人、经理人和老板必读之书，100万家企业员工培训和大学MBA课堂首选教材。

从一无所有到亿万富翁，从亿万富翁到一无所有，再从一无所有到亿万富翁，一个中国乃至全球经济史上绝无仅有的案例。

巨人集团在企业文化方面存在很多问题，“我们要做东方巨人”这样的口号太虚。

要想重建必须要提一些实用的口号，不要搞空洞的。

联想控股有限公司总裁 柳传志 “我们要与巨人同行”。

我们做人与做事的原则比较相同，不推辞应该承担的责任，我很欣赏史玉柱对员工说过的话：“从现在起，你自己要忘记你是四通通的，还是巨人的。

” 四通控投集团总裁 段永基 史玉柱及其领导的企业是迄今为止中国惟一经历了“大起大落又大起”这样一个完整过程的著名企业家和著名企业。

这是一个永远值得中国企业界和经济界高度关注和认真研读的经典案例。

作为企业家、经济学者、见证者的何学林是这一案例最理想的诠释者。

北京建龙国基投资有限公司执行总裁 曹毅 我是一个著名的失败者。

现在回过头来想想，我觉得我人生中最宝贵的财富就是那段永远也无法忘记的刻骨铭心的经历。

段永基有句话说得特别好，他说成功经验的总结多数是扭曲的，失败教训的总结才是正确的。

四通控股集团CEO 史玉柱 中国企业首先应当发展壮大起来，难道仅仅因为看见一个巨人摔了一跤，我们就拒绝长大？

海尔集团董事长 张瑞敏

<<成败巨人>>

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>