

<<中国企业与世界企业的文化对接>>

图书基本信息

书名：<<中国企业与世界企业的文化对接>>

13位ISBN编号：9787811351095

10位ISBN编号：7811351099

出版时间：2008-11

出版时间：暨南大学出版社

作者：王廉

页数：242

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>

<<中国企业与世界企业的文化对接>>

内容概要

本书是中国第一本以经营文化观念思想和理念识别企业文化成长的著作，指出这两个方面可以成为中国企业文化对接西方企业文化的捷径。

本书回答了中国企业文化与世界企业文化如何对接的问题：一是企业文化生长的沃土，思考全球工商语系文化是如何形成的，便于分析企业世界观的形成。

二是企业文化众说纷纭，应该有的放矢。

本书以企业行为文化为研究对象，主要突出企业的文化特色与竞争力——经营文化。

三是找出优秀企业文化的共性，便于更多企业学习。

这是一个多元的、多极的世界，解释企业文化成长也应多元的。

四是为了使企业文化直观地表达，我们用了较大篇幅，以万同咨询有限公司和万国城市经济研究院的案例诠释MI（理念识别）。

五是对企业文化模式的分析不需要太复杂。

目前多数书籍洋洋数十万言，其实，作为一家企业的文化，只要三个“突出”就可以了：突出企业的经营文化；突出企业文化的成长路径；突出企业文化的识别理念。

本书主要由企业文化及对企业文化产生的影响、中外企业文化的异同与对接、全球企业经营文化模式分析、企业文化的理念识别四个部分构成。

全书结构层次基本清晰、研究对象明确，以实际案例诠释了理念识别，突出了企业的文化特色和竞争。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<中国企业与世界企业的文化对接>>

作者简介

王廉，1957年生，经济学家、战略和咨询专家，《企业商业模式是第一生产力》的作者。首创“企业文化观念、思想、观念识别和对接理论”。已出版专著《企业战略管理》、《企业文化经营》、《软市场的拓展》、《我为香港富豪做咨询》等35部。

为中外100多家大中型企业做过咨询。
万国咨询有限公司的创始人，现任万国智力机构总裁。

此外，王廉作为咨询理论界的标杆人物，已从事咨询21年，其提出的“解决方案”——企业发展的“空间三环理论”、产业成长的“7+1理论”、企业文化的“经营文化导向理论”分析方法，深得客户赞同。

20余年来，他不仅为香港十大富豪中的6位在大陆投资设计过商业运作模式，也为芬兰、美国、新加坡企业在华投资做过咨询服务，并为企业创造了卓越的效益。

作者电子邮箱：e-mail:wlk8@163.com。

<<中国企业与世界企业的文化对接>>

书籍目录

前言第一章 全球文化及其对企业文化产生的影响 一、影响企业文化产生的大文化 二、七大文字为企业文化提供的养分 三、世界九大商业文化语系及其对企业管理的影响第二章 中外企业文化的异同与对接 一、中国企业文化的特点与对接异同 二、如何看待企业文化的异同 三、现代企业文化的框架及对接点第三章 全球企业经营文化模式分析 一、企业文化的观念识别特点 二、综合性企业经营文化模式代表企业 三、工业企业文化模式代表企业 四、商业企业文化模式代表企业 五、高端服务业文化模式代表企业第四章 企业文化的理念识别 一、“总经理室”挂图 二、用于“总经办”的挂图 三、用于“人力资源部”的挂图 四、用于“财务中心(室)”的挂图 五、用于“营销中心”的挂图 六、用于“技术部”的挂图 七、用于“企管部”的挂图 八、用于“策划媒介部”的挂图 九、用于“行政部”的挂图 十、用于“资源(信息)中心”的挂图 十一、用于“市场部”的挂图 十二、用于“会议室”的挂图 十三、用于“公共空间”的挂图 十四、用于“工作岗位”的挂图 十五、用于“个人生活习惯及职业技能”提示的挂图 十六、用于“职业操守”的挂图 十七、用于“文化理念”的挂图 十八、用于“励志”的挂图 十九、用于“问候”的挂图 二十、用于“产品管理”的挂图 二十一、用于“后勤管理”的挂图 二十二、附枣庄市中区MI理念识别参考文献

章节摘录

4.雀巢大中华区 据最近权威估计,平均每秒有近3 200杯雀巢咖啡被饮用。

自从1938年以来,雀巢咖啡走过了很长的一段道路,其从马克思·摩根特尔(Max Morgenthaler)及其同事们的研究工作中受益匪浅。

总部位于瑞士的雀巢集团,是世界上最大的食品公司,在中国有着悠久的历史。

一个世纪以来,中国消费者已经非常熟悉并信任雀巢品牌,因为早在1908年,雀巢公司就在上海开设了它在中国的第一家销售办事处。

雀巢是最早进入中国的外商之一,对中国有着坚定的承诺。

20世纪80年代初,雀巢就开始与中国政府商谈在中国投资建厂,并将其在营养品和食品加工方面的世界顶尖的专有技术和丰富的专业知识转让给中国。

1990年,雀巢在中国内地的第一家合资厂开始运营,随后又建了多家工厂。

雀巢通过利用本地原材料在本地制造同等高品质的食品,以替代进口产品,帮助中国在这方面节约了大量外汇。

现在雀巢在中国内地销售的产品中99%是在本地制造的。

在过去的17年中,雀巢从瑞士对大中华地区的直接投资已累计达70亿元人民币。

雀巢在大中华地区的总部设在北京,经营21家工厂,其中4家在上海地区,3家在广东省,4家在天津地区,3家在四川省,2家在山东省,1家在黑龙江省,1家在江苏省,1家在内蒙古自治区,1家在北京地区,还有1家在香港特别行政区。

2001年,雀巢在上海成立了上海雀巢研发中心。

2006年,雀巢在大中华地区的年度销售额达119亿元人民币,缴纳各项税款约11亿元人民币。

(1) 对中国社会的贡献: 从瑞士引进的直接外国投资累计70亿元人民币。

带来世界最大食品公司在营养和食品及饮料方面的先进经验和技術。

以本地生产取代进口(中国内地销售的产品99%是本地生产的)。

<<中国企业与世界企业的文化对接>>

编辑推荐

可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

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>