

## <<经营的本质的本质>>

### 图书基本信息

书名：<<经营的本质的本质>>

13位ISBN编号：9787111402909

10位ISBN编号：7111402901

出版时间：2013-1

出版时间：机械工业出版社

作者：陈春花

页数：270

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>

<<经营的本质的本质>>

前言

## <<经营的本质>>

### 内容概要

横跨商界与学界的中国传奇女性陈春花教授最新力作。  
直击经营本质四要素：顾客价值、合理成本、有效规模、具有人性关怀的赢利。  
帮助企业提升应对不确定性和变化的能力。

## <<经营的本质的本质>>

### 作者简介

陈春花，华南理工大学工商管理学院教授、博士生导师，新华都商学院教授、新加坡国立大学管理学院组织与人力资源管理教授，广州市政府决策咨询专家。

作者曾获2006、2009两届中国教育部高等学校人文社会科学优秀著作三等奖，2007中国最佳本土商业作者奖，机械工业出版社60周年“最具影响力作者”奖，并蝉联四届华南理工大学“我最喜爱导师”称号。

作者发表著作20多部，其中代表作《领先之道》、《超越竞争》、《中国企业的下一个机会》、《冬天的作为》、《管理的常识》、《从理念到行为习惯》，主编教材《组织行为学》、《管理沟通》、《企业文化》、《品牌战略管理》，主编“21世纪公共管理与行政管理系列教材”，近3年发表核心期刊论文200多篇。

作者另著有随笔集《掬水月在手》、《在苍茫中点灯》、《手比头高》、《从现在开始》和《让心安住》。

作者曾任山东六和集团总裁，并担任多家企业独立董事或管理顾问。

## <<经营的本质>>

### 书籍目录

序 经营的逻辑

第1章 经营的基本元素

顾客价值

有竞争力的合理成本

有效的规模

深具人性关怀的赢利

第2章 战略的本质

企业之殇与战略思维

中国企业缺失了什么

战略思维及其逻辑

被重新创造的商业世界

战略务本 操作务实

归零：思考基本面

第3章 营销的本质

理解消费者

营销战略就是在合适的时间做合适的事情

理解文化营销

营销的起点与终点

第4章 产品的本质

产品是企业生命与品牌载体

产品意图

产品承载“精神”

第5章 服务的本质

服务认知

服务的真谛

免费服务的模式对吗

服务营销：从理念到行动

第6章 共享价值链

战略的全新出发点

渠道价值的本质

协作效应

第7章 品牌的本质

品牌是顾客体验的总和

中国企业品牌的能力

品牌构建的环境

结语 谁会被抛弃

注释

## &lt;&lt;经营的本质的本质&gt;&gt;

## 章节摘录

2012年5月，应新加坡国立大学管理学院EMBA15班同学的邀请，我参加了年度的同学聚会。

在座谈会上，同学们问得最多的问题是：这样的经济环境下企业该如何做？

的确，这是目前困扰大家的根本性问题。

外部环境的持续低迷给企业经营带来了很大困难，无论是国际市场，还是中国本土市场，比较2008年的金融危机，似乎更加困难。

在我看来，2008年的金融危机中企业依然可以保持增长，因为那个时间，中国本土市场以及消费者，特别是中国政府所动用的资源，使得人们并没有失去对于市场的信心。

温家宝总理明确道出“信心比黄金更重要”的观点，更加让人们确信危机中依然可以实现增长。

但是2012年所遭遇的情况是：人们失去了信心，形势下行、欧债危机、美国复苏迟缓、通胀的压力，各国换届的不稳定因素等，成为人们日常生活中的基本共识。

这样的共识导致了信心危机，而这也正是比2008年更加用难的主要原因。

然而，不管环境如何变化，企业自身的发展是无法停滞的。

在回答同学们问题的同时，我自己也必须回答在不确定环境下，企业如何发展的问题。

面对这样复杂的挑战，就需要企业在多个方面做出努力和改变，集中在以下四个方面。

可持续性的安排。

过去的30年，因为外部环境和自身能力的提升，增长成为一个可持续的事实，人们习惯于用增长来表现持续，事实上也是增长拉动了持续性。

因为习惯于增长，导致了企业管理者把增长与持续性等同起来，而没有真的在持续性上奠定基础。

一个企业的持续主要来源于三个基本的层面。

第一，企业的商业模式符合顾客的期望。

对于顾客的理解，成本构成的合理性，供应链的管理以及赢利模式的安排，特别是竞争力的可持续性安排都能够获取顾客的认同。

第二，拥有超越自我的能力。

企业需要不断调整自己以适应环境的变化，而不是紧抱着自己的优势不放。

大部分情况下，企业的优势是随着时间变化而调整的，如果不能与时俱进。

优势将会成为企业发展的障碍。

第三，与环境互动的能力。

社会化与互动，这是目前环境的一个基本特征，这就要求企业具有与环境互动的能力，借助于环境带来持续性。

因此，增长并不是可持续性的根本原因，是一个阶段性的特征而已，企业管理者需要了解到保持可持续性要求企业自己具备一些基本的的能力。

夯实企业基础。

当外部环境多变和不确定性的时候，企业自身的能力显得尤为重要，往往在这样的条件下，企业之间不再是谁具有竞争优势，而是谁具有不犯错或者少犯错的能力，一方面市场不再给犯错误企业新机会，另一方面资源和时间也不再允许企业犯错。

因此，企业需要增强自己的基础，减少犯错误的机会。

一个强基础的企业会在三个部分展现出能力：计划管理、流程管理以及组织管理。

企业需要了解目标与资源之间的关系，以确保计划管理有效地整合资源，并有效地运用资源以达成目标。

企业需要发挥流程的效率，快速决策并有效决策，能够借助于流程使得企业成员做出有效的判断，并保障每一个业务事项顺利展开，并获得相应的支持。

企业还需要借助于组织系统的能力，把责任与权力组合起来，让组织可以真正匹配到战略实现之中，确保战略能够转化为企业实际的竞争能力和经营结果。

这也许就是人们平常所说的企业内功，我也倾向于用企业内功来表达，需要明确的是，企业内功需要呈现在计划管理、流程管理以及组织管理的有效性上。

## &lt;&lt;经营的本质&gt;&gt;

持续的创新与创业。

创新与创业是我最近思考最多的话题，相信大家很熟悉创新与创业的基本内涵，所谓创新。

就是将远见、知识和冒险精神转化为财富的能力；所谓创业，就是把创新放在一个组织中。

重复这两个词的内在含义，就是要表达这样一个想法，面对不确定性持续的创新与创业是一个非常有效的、必要的途径。

观察市场中卓越的企业，一定会看到这些企业创新与创业的努力和成效，三年前我们惊讶于苹果公司的成功的时候，想不到今天三星对于苹果的挑战和超越。

所以无论在任何环境、任何时代，只要持续创新和创业，就一定会取得令人意想不到的成功，具有创新与创业能力的企业，是不会受环境约束的。

回归经营的基本层面。

企业经营的基本层面是由四个元素构成，它们分别是：顾客价值、成本、规模以及赢利。

当企业管理者能够围绕着这四个基本元素展开工作的时候，也许外部环境提供的机会不足够，但是因为持续的顾客价值实现，合理的有竞争的成本，有效的规模以及具有人性关怀的赢利，可以保证企业能够超越环境获得市场的认可，从而获得自己的持续性和发展。

可持续性的安排、夯实企业基础、持续的创新与创业以及回归经营的基本层面，针对这四个方面的努力，可以帮助在今天如此复杂与不确定性环境下的企业。

因此我和同学们交流自己的这些想法的时候强调，在今天的环境中，让企业保持内在的动力，发展自己的能力是极其重要的，并不是环境是否提供机会，而是企业能够做好一切准备接受全新的挑战。

在人们不断地想确认未来经济何时复苏的时候，2012年却出现了奇迹，那就是三星手机超越诺基亚、苹果一跃成为世界第一，三星突破了亚洲企业代工的宿命，一个1998年才刚刚进入手机领域的全新品牌(那时候诺基亚已经超越摩托罗拉，成为世界上最大的手机制造商)，在2012年首季手机销量首次超过诺基亚，结束后者14年的领先地位。

为什么如此？

创新是最有效的途径。

三星不同于亚洲企业那样以价廉取胜，三星的智能手机并不比苹果便宜，但速度更快，屏幕质量更好。

三星向西方企业学习注重创新、市场和设计，把自己定位为高端产品，这样使得三星可以脱离价格和成本控制的束缚。

同时三星又具有亚洲企业控制成本的习惯，它既想方设法压低成本，提高利润率，而又注重打造自己的高端形象，使得消费者不介意它较高的价格。

三星研发费用占到它收入的9%，把其他亚洲企业甚至欧美企业都甩在后面。

三星的研发不仅注重产品设计技术，对改进生产流程也很重视。

员工可以在不同部门、产品、流程技术之间流动。

和苹果公司封闭的技术平台、利润率至上的文化不同，三星推的是开放平台，多元业务经营，三星博采众长，又做大又做强。

P255-257

## <<经营的本质的本质>>

### 编辑推荐

理解企业经营的本质的本质，掌握正确的经营逻辑，从顾客的立场出发，有效运用战略、营销、产品、服务、价值链以及品牌的基本价值，让企业可以不受外部环境影响，规划自己的成长之路。

<<经营的本质的本质>>

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>