

<<超级集团管控>>

图书基本信息

书名：<<超级集团管控>>

13位ISBN编号：9787222089051

10位ISBN编号：7222089055

出版时间：2012-3

出版时间：云南人民

作者：白万纲，张俊

页数：494

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>

<<超级集团管控>>

内容概要

《超级集团管控》首先向读者描绘了超集团管控的整体框架，然后对于不同管控宽度从管控模式、管控支撑、管控特征等角度进行系统的阐述，并就这些操作方法运用的背景和适应性通过案例来说明，力求诸位读者能够在探索宇宙级奥秘的过程中寻找到实现高质量增长的宝石。

<<超级集团管控>>

作者简介

白万纲博士，华彩咨询集团总裁、中国首席集团战略与集团管控专家；中国首席集团风险与内控专家，北京、上海、浙江、江苏、山东、广东、辽宁、安徽、山西多家省政府经济参事，国务院国资委及浙江、江苏、广东、山东等多个省市国资委管控顾问。

组织部及财政部所属多所高校客座教授

清华、人大、复旦等多所院校客座教授

领衔开创了集团战略体系、集团管控体系、集团内控与风险体系、集团管控能力评价体系、组织智商评价体系、企业内控评价体系及国家战略与管控体系等多个研究课题及咨询体系。

服务五百余家集团型客户，中石油、中移动等百余家央企；以及浙江能源、河北钢铁等数百家若干省属企业；以及沙钢集团、广厦集团等领袖民企。

多家客户在华彩服务期间成为世界500强。

著有《集团管控110》、《十二五规划宝典》、《集团管控大趋势》、《国家战略与国家管控》等50余部专著及《卓越集团管控系列》等十余部系列音像教材

<<超级集团管控>>

书籍目录

第一篇 由来篇第一章 集团发展跃迁之量级与质级的完美融合第一节 利润层次深化：产品利润-公司利润-集团利润一、利润层次深化二、集团利润是被设计出来的第二节 “链”化世界中的新大陆：供应链-产业链-生态链一、全球供应链体系推动规模化复制二、全产业链运作体系提升集团多级控制力三、打造生态链运作体系构筑平台经济第三节 王道与霸术的影像交织：显性存量经营与隐陆增量开发一、王道不能完全解释世界二、发现霸术三、霸术的运作机制四、霸术为何隐藏得如此之深第四节 全球化趋势下跨国企业生存之道与后发国家的强势崛起一、国家战略支撑跨国企业本地化运作二、跨国公司运作特征三、国家管控体系与国家竞争力四、国家管控对中国企业国际化的意义五、跨国企业运作给中国企业国际化带来的启示第五节 企业运作本质探寻--霸术的超边界运用本章小结第二章 不确定性下系统设计演变反映了战略对管控的新诉求第一节 复杂系统的特性与管理方式一、系统的发展历程二、系统的认知论三、复杂系统的七个特性及其管理方式四、基于复杂系统管理的三大趋势五、复杂系统的趋势管理六、蝴蝶效应设计和管理的三种方法第二节 趋向超边界化发展的集团战略一、战略规划环境的沧桑巨变二、战略对象趋向超边界、战略层级逐渐深化三、战略境界越高，越能解决根本问题第三节 超边界战略对管控的更高要求--掌控世界级盈利空间一、集团战略对集团管控体系的设计提出的要求二、管控的本质与核心--揭示集团战略实现与价值创造的奥秘三、管控模式的作用与意义四、华彩集团管控咨询实践中的启示本章小结第二篇 概述篇第三章 超级集团管控之2+4--认识和驾驭多层次价值掠夺第一节 总分管控--集团优势无限放大一、总分管控的核心二、总分模式的深度应用三、总分模式优势分析第二节 集整型集团管控--获取变形金刚效应一、集整型集团管控的核心二、西方集团模式探秘三、东方集团模式本质……第四章 超级集团管控之“2+4”效应第五章 超级集团管控之“总分”管控：效率与结构的均衡第六章 超级集团管控之“集整型集团管控”：集整型集团管控最大化释放集团化优势第七章 超级集团管控之“4”：供应链到超边界的真相第八章 超级集团管控的机理：集团剩余控制权与剩余结构红利第三篇 价值型管控篇第九章 集整型集团管控模式--实现剩余价值最大化第十章 集整型集团管控体系整体设计第十一章 集整型集团管控应用之发挥变形金刚效应第十二章 集整型集团管控展望之挖掘深层利润第十三章 管控载体与平台塑造之总部建设第四篇 世界级企业管控奥秘篇第十四章 供应链管控辐射链主控制力第十五章 产业链管控彰显产业组织者力量第十六章 生态链管控助推财团化价值集成第十七章 超边界管控揭示新垄断主义本质第十八章 写给未来的话附件一：宝钢集团管控案例研究附件二：中航工业集团管控案例研究

章节摘录

三、霸术的运作机制 客观上来看，当一个国家的企业能够获取顶层利润的话，他是不屑于获取中层利润的，只有上一级的利润空间被堵死了，没有空子可钻时，他才会退而求其次，但是这里面一定有一个氢气球原理，氢气球一直贴着天花板，天花板有多高，氢气球就贴着天花板升到多高，任何一个企业最高层次利润，一定是贴着这个国家所有容许、不容许之间的灰色地带，所形成的一种拟态性设计，模拟形态的一种设计，这是霸术的一个最基本的存在。

霸术不在乎于把自身做好，和其他企业之间形成平行竞争，霸术在乎与我形成某种理念营销以后，让所有的参与者作为这个理念的系统组成部分，他们的成长，他们的失败，得给我额外获利，带来非常大的空间，我自身的显性部分也是作为这个系统的组成部分，但是我的隐性部分本身就是这个系统，我是整个系统的吸血鬼，是吞噬者，任何拥有霸术的企业，都是这么想的，只不过有很多企业当初设计的霸术，最后事实运作里面没做到而已。

没有一个企业不会因此自觉或非自觉地来形成霸术，乃至于形成霸术，只不过最后看整个链条的上游、下游，其他同业者，他们的霸术厉不厉害，任何一堆企业的竞争，首先是霸术层面的碰撞和竞争，其次是中观层面的，系统设计的碰撞和竞争，最后才是系统运作的碰撞和竞争，绝对不存在单纯意义上的系统碰撞，即管理和运作层面的竞争，来决定胜负这码事。

除非我们很单纯地把世界看成一个实验室，所有企业的起步都是非常公平的，所有企业的外部环境都是高度市场化的，市场也完全不失灵，是高度有效的，所有的钱权交易问题是没的，所有的法律倾斜问题是没的，所有的法律漏洞、规则漏洞是不存在的，所有的市场的信号与所得到的反馈之间是一致的，均匀的，而且法制体系的设计和法制体系的运行，监管体系的运行。

都是有效的。

显然这里面我们赋予了太多的过于理想的前提。

所以我们看到，一个企业它的利润的时候，我们要思考这个利润有哪些是在霸术层面上获取的，有哪些是在系统设计层面上获取的，有哪些是在运营层面上获取的，这三部分在一个组织里面各自占到了多大的比例，如果他想要变得更好的话，那么这三部分分别可以开放性地做哪些设计，这是我们总的设计点，关于霸术的认知。

……

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>