

<<市场将军的商战之道>>

图书基本信息

书名：<<市场将军的商战之道>>

13位ISBN编号：9787301218426

10位ISBN编号：7301218427

出版时间：2013-1

出版时间：张秀玉 北京大学出版社 (2013-01出版)

作者：张秀玉

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>

<<市场将军的商战之道>>

内容概要

《市场将军的商战之道:汪海的ABW理论》所描述的事迹和揭示的规律，与上述舆论恰恰相反。

《市场将军的商战之道:汪海的ABW理论》的主人公汪海领导的企业——双星集团，不仅是一个国有企业，而且是一个经营制鞋、轮胎、机械、服装、热电等传统加工产业的国有企业，特别是制鞋业和轮胎业，历史最悠久，工艺最复杂，技术最落后，劳动条件最差，竞争最激烈，利润最微薄，员工素质水平低，经营管理难度大，汪海就是在这样艰苦的行业环境下，运用他创造的“ABW理论”，打响了商战中管理的人民战争，将一个微利的、濒临倒闭的国有制鞋企业发展成为一个国内外著名的多产业、跨区域、跨国界、综合性、特大型的企业集团。

双星集团现拥有6万名员工，140余家成员单位，直接或间接养活了几十万人，创造了巨大的经济效益和社会效益：资产总额从20世纪80年代初不足1000万元，增长到67亿元；销售收入从3000万元增长到124亿元；出口创汇从175万美元增长到3亿多美元，20年间累计上缴利税30多亿元，相当于在没有向国家伸手要一分钱的情况下，向国家上缴了300多个当年的橡胶九厂的总资本；双星专业运动鞋、双星旅游鞋、双星皮鞋和双星轮胎荣获“中国名牌”，是中国橡胶行业唯一同时拥有四个中国名牌的企业，双星品牌价值达492.92亿元。

<<市场将军的商战之道>>

作者简介

张秀玉，男，教授，注册咨询师，原任北京市经济管理干部学院（北京经理学院）系主任，现任北京成功之钥咨询有限责任公司董事长兼总经理。

长期从事企业战略管理、企业管理、人力资源管理和成功学等学科的教学、培训、科研和咨询工作。曾受聘担任过多家大中型企业的高级管理顾问和战略顾问，指导企业的改革、改制、规划和管理等工作，并亲自指导过多家大中型企业发展战略的制定和实施。

主要著作有：《企业战略管理》、《怎样才能成功》、《管理学原理》、《全员竞争管理》、《迎接挑战——企业如何练好内功》、《中国人力资源开发研究》、《人力资源管理》、《劳动定额制定与管理》、《劳动报酬学》、《中国第一资源——人力资源开发利用理论与实践》。

负责完成过北京市、河南省等5项省部级科研课题，在报刊上发表过近百篇论文，其中有三十余篇获省、市级优秀成果奖。

<<市场将军的商战之道>>

书籍目录

前言中国式管理的一个杰出典范 绪论市场经济的ABW理论 一、ABW理论的形成 二、ABW理论的基本框架 第一个战术：文化是灵魂 一、汪海语录（一）企业文化的重要意义（二）双星企业文化的内涵和精髓（三）企业文化的作用（四）成功创新企业文化的关键 二、做法和效果（一）主要做法（二）主要效果 三、典型实例（一）“汪海语录”风波（二）双星文化进“东风”——双星并购东风轮胎成功的关键（三）汪海走上微软讲坛 四、专家点评 第二个战术：理论是指南 一、汪海语录（一）双星市场政治理论的重要意义（二）双星市场政治理论的重大作用（三）双星市场政治理论的特色（四）怎样创新市场政治理论（五）怎样贯彻双星市场政治理论 二、做法与成效（一）主要做法（二）主要效果 三、典型实例（一）理论创新：双星“九九管理法”（二）汪海的企业管理百科全书 四、专家点评 第三个战术：战略是龙头 一、汪海语录（一）双星宗旨（二）双星发展战略的内涵（三）怎样实施企业战略（四）创民族品牌的重要意义（五）怎样创造和发展民族品牌 二、做法与效果（一）主要做法（二）主要效果 三、典型实例（一）实施名牌战略、打造百年品牌（二）西部开发、东部发展——双星创出“企业创名牌、乡村奔小康”的成功之路（三）“蛇”吞“象”——双星从给人做鞋到给车做“鞋” 四、专家点评 第四个战术：机制是动力 一、汪海语录（一）体制机制创新的重要意义（二）双星体制机制的特色（三）怎样搞好体制机制创新 二、做法与效果（一）主要做法（二）主要效果 三、典型实例（一）砸“旧三铁”，破“新三铁”（二）双星让员工当“小老板”——破解“用工荒”，员工变“股东”（三）双星卖店（四）双星倒不了 四、专家点评 第五个战术：领导是榜样 一、汪海语录（一）领导要树立正确的管理意识（二）正确认识改革与管理、政治与经济的关系（三）领导要带头做好样子 二、做法与效果（一）主要做法（二）主要效果 三、典型实例（一）汪海总裁率先垂范（二）鲁中公司领导带头树形象（三）创新难题“不过夜”，连续奋战34个小时 四、专家点评 第六个战术：创新是活力 一、汪海语录（一）创新的重要意义（二）创新的对象和任务（三）创新成功的关键（四）怎样才能搞好创新 二、做法与效果（一）主要做法（二）主要效果 三、典型实例（一）坚持自主创新，打造自主品牌——双星集团“三个极端”创品牌（二）创新是企业发展的永恒主题（三）双星为什么要研制彩色轮胎——双星集团总裁汪海答记者问 四、专家点评 第七个战术：制度是天条 一、汪海语录（一）管理制度的重要意义（二）管理制度的特点（三）双星法治管理的目标和要求（四）怎样才能执行好管理制度 二、做法与效果（一）主要做法…… 第八个战术：质量是生命 第九个战术：成本是关键 第十个战术：细节是艺术 第十一个战术：竞赛是杠杆 第十二个战术：环境是基础 第十三个战术：亲情是纽带 第十四个战术：钱管是保证 第十五个战术：名管是升华 第十六个战术：考核是要害 第十七个战术：市场是标准 第十八个战术：企业家是核心 附录 后记

<<市场将军的商战之道>>

章节摘录

版权页：插图：（二）双星文化进“东风”——双星并购东风轮胎成功的关键 老国有企业东风轮胎公司靠与马来西亚企业的合资并没有看到生的希望，而双星集团作为一个老的国有企业入主东风轮胎后，仅仅在短短两年多的时间，就使东风轮胎这家负债累累的企业重现生机。

双星创出了中国企业兼并中“快鱼吃慢鱼”、“国企吃国企”、“国企超外企”的经典成功案例，这个案例说明一个真理——文化融合，即从“形合”到“心合”是并购成功的关键。

2007年12月25日上午，湖北省省委书记罗清泉与十堰市市委书记赵斌、市长陈天会等一行前往双星东风轮胎公司视察调研，所到之处一派热火朝天的生产场面。

双星托管东风以来，走过了2005年、2006年恢复生产的艰难时期，2007年快速发展，出现了产销两旺的良好局面，全年各项经济指标均比2006年实现翻番，特别是出口创汇全年达到了1800万美元，为拉动十堰地方经济做出了较大贡献。

湖北省省委书记罗清泉充分肯定了双星用文化、用理念、用管理改造一个倒闭的老国有企业的成功经验，鼓励公司再接再厉、加快发展，争取把双星东风建设成为全国乃至全球的现代化明星企业，并代表湖北省委、省政府表示，将一如既往地支持双星东风的发展。

实际上，双星入主东风轮胎前，东风轮胎在与马来西亚企业合资时，曾得到了2.8亿元的资金支持，也输入了先进的技术与外国的管理方法，但最终还是失败了。

而双星又是如何在短短两年多的时间使一个老的国有企业起死回生的呢？

整合愿景，明确方向 2005年，双星重组东风对外引起了社会的轰动，对内引起了强烈的反响。

市场经济的冲击使多年来依靠政府而生存的源头面临断炊，企业吃国家大锅饭、职工吃企业大锅饭的慵懒日子面临结束，计划经济体制下的优越感和安全感荡然无存，东风人对重组这一市场经济的新生事物和必然规律产生了恐惧，产生了模糊认识和偏差，不理解、不认同、不支持，甚至是赫然悬挂“双星滚回去，汪海滚回去！”

的大标语，公然抗议双星的到来。

对此，双星用文化理念教育人、改造人、管理人、激发人，东风人从不认识、不理解、不接受到认识、理解、接受并主动融入双星名牌，完成了与双星文化的对接，开创了自我革命、自我突破的新纪元。

2005年3月双星重组东风轮胎后，在双星东风轮胎公司第一期培训动员大会暨恢复生产誓师大会上，双星总裁汪海就“为什么重组东风，怎样重振双星东风雄风”作了长达两个半小时的演讲，提出：“谁能救东风？

只有自己救自己”。

双星重组东风，就是要联合东风一道同国际品牌竞争，为国有轮胎行业争光，保住毛泽东主席亲自给“东风”命名的这一中国民族品牌。

汪海的讲话使东风员工明确了目标，看到了希望，赢得了多达49次的掌声。

双星决策者在实践中认识到，在并购后，被并购企业的员工大多会感到企业和自身发展的不确定因素增加，恐惧、不安会对员工的工作效率及情绪产生影响，由此会加剧对并购方整合战略的抵制。

只有在新企业的发展愿景非常明确，能够被企业中的领导骨干和员工所认可和接受，才能有助于企业整合战略的逐步实施，减少可能的阻力和抵制。

<<市场将军的商战之道>>

编辑推荐

《市场将军的商战之道:汪海的ABW理论》以中国改革开放30多年的宏观形势为背景，以汪海领导的双星集团30多年来所取得的卓越成就和成功经验为渊源，全面、系统地总结了汪海30多年来，在领导双星人创建双星集团、双星品牌的实践中创造的、并经实践检验是正确的、独具双星特色的“ABW管理”的18个特色，每个特色包括：图片、汪海语录、做法与效果、典型实例和专家点评五个部分。

<<市场将军的商战之道>>

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>