

<<中国企业管理>>

图书基本信息

书名：<<中国企业管理>>

13位ISBN编号：9787302188605

10位ISBN编号：7302188602

出版时间：2009-1

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）麦克法兰，陈国青 主编

页数：377

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>

## 前言

20世纪末至今，国际上涌动的经济全球化浪潮和革命性技术进步的强力冲击，使得社会和企业活动处于一种全新的生态演化环境中。

进而，人们的时代观也因为维度、视角以及感知能力的差异，对于鲜活的、色彩斑斓的世界有着不同的认知和解读：当我们关注经济一体化和国际舞台时，我们感到我们处在一个全球化时代；当我们审视竞争对手和博弈手段时，我们在体验着一个竞争的时代；当我们面对重新洗牌和新的游戏规则时，我们仿佛走进了一个重组的时代；而当我们经历技术的冲击和IT融合趋势的时候，我们意识到我们处在一个信息时代。

毋庸置疑，过去10年间中国经济的发展和中国企业的成长是全球经济生态演化画卷中浓重的色调。特别是中国企业管理在改革开放、优胜劣汰、融会贯通、辗转腾挪的一系列批判、发展和扬弃过程中，诠释出许多深刻的管理理念，演绎出许多精彩的管理实践。

这些理念和实践充斥于形形色色的成败与沉浮的个例当中，既拥有世界的、普适的意味，也体现出中国的、独特的风格。

我们认为，总结和提炼中国企业管理的理念和实践是一项很有意义的工作。

它一方面体现了优秀管理学院和管理教育工作者的使命和责任；另一方面提供给学界和业界教学和应用领域的知识和启迪。

本书是哈佛大学商学院（简称哈佛商学院）和清华大学经济管理学院（简称清华经管学院）合作8年期间，在学术研究、项目设计和案例开发方面取得的部分成果。

75年来，哈佛一直是案例开发和案例教学的引领者。

哈佛商学院使命中的一个重要部分便是提升管理教育与企业实践的联系，其中案例教研是基本元素。本书期望表明目前中国的管理教育可以产生鲜活的反映深刻管理问题的高品质案例，并以此促进中国管理人才的培养。

重要的是，这项工作同时让哈佛大学的教师了解到中国出现的独特管理问题，并丰富了哈佛商学院的课程内容。

## 内容概要

本书汇集了哈佛大学和清华大学著名学者的一系列教学研究成果，旨在反映他们对企业经营理念和实践的敏锐洞察和深刻解读，并通过一批鲜活生动的中国企业案例试图揭示若干影响企业竞争和发展的重要因素。

本书从战略和执行层面诠释中国企业在金融财务、信息技术、绩效分析、运营管理、市场营销和公司治理等领域面临的管理挑战和应对策略。

同时以教程和案例的形式为读者提供有效的知识学习和分析讨论的平台。

本书配有内容丰富的教师手册。

对每个案例进行生动的解析，提出与案例相关的问题，是本书的重要参考和补充。

本书可作为管理类专业本科高年级课程、研究生课程以及企业培训教材，也可供企业管理决策者参考。

## 作者简介

沃伦·麦克法兰（F. Warren McFarlan），1959年在哈佛大学获学士学位，1961年和1965年在哈佛商学院分别获工商管理硕士（MBA）和工商管理博士（DBA）学位。  
现为哈佛商学院教授，1999-2004年任高级副院长兼亚太地区发展总监。  
国际IT战略与管理领域的著名学者。

麦克

## 书籍目录

前言第1章 概论 1.1 中国经济 1.2 组织 1.3 金融市场 1.4 复杂性 1.5 六大主题 1.6 小结第2章 中国的金融市场：2006年 2.1 中国金融市场的主要部分 2.2 问题与前景 2.3 展望 案例2—1格力 案例2—2框架媒介（A） 案例2—3框架媒介（B）第3章 全球信息经济中的治理 3.1 框架 3.2 哪些事情并未改变？ 3.3 哪些事情发生了变化？ 3.4 治理的层次 3.5 论述题 3.6 案例学习 案例3—1 国泰航空 案例3—2 神州数码控股有限公司：驾驭从产品导向到服务导向的转型 案例3—3 招商银行第4章 平衡计分卡——驱动企业绩效的衡量方法 4.1 客户角度：客户如何评价我们？ 4.2 企业内部管理角度：我们应在哪些方面占据优势？ 4.3 创新与学习角度：我们能否继续改进并继续创造价值？ 4.4 财务角度：股东对我们的看法如何？ 4.5 推动企业发展的措施 案例4—1 华润集团（A）：6S管理 案例4—2 华润集团（B）：华润微电子 案例4—3 重庆长安汽车股份有限公司第5章 运营与供应链管理 5.1 运营管理目标 5.2 运营管理的决策要素 5.3 总裁在运营管理中的作用 5.4 供应链管理 案例5—1 奇迅快递公司 案例5—2 利丰集团：2006年 案例5—3 溢达集团：整合企业战略与社会以创造竞争优势第6章 营销战略 6.1 营销分析 6.2 营销的战略决策：目标市场选择与产品定位 6.3 营销的策略决策：营销组合要素 6.4 顾客管理 案例6—1 李宁体育用品有限公司：一切皆有可能 案例6—2 国美电器：商务模式衍变 案例6—3 飞亚达：一家中国表业公司的案例 案例6—4 北京华联第7章 公司治理 7.1 公司治理的基本问题 7.2 公司治理实践历程中的重要事件 7.3 中国公司治理的法律框架 7.4 中国公司治理的特殊性 案例7—1 中国网通：中国公司的治理（A） 案例7—2 中国网通：中国公司的治理（B） 参考文献

## 章节摘录

中国存在三种不同的企业组织形式。每一种都面临着许多管理问题，其中一些对于某种企业形式来说是独有的，其他一些对于三种企业类型而言普遍存在。

第一种是国有企业，它们中的许多可以追溯到20世纪50年代（当时刚重新成立或被国有化），曾经在中国的工业活动中居于主体地位。

这些企业在新经济环境中面临财务压力，正处在重新创建和定位的过程中。

这必然会产生一些波动。

其他国有企业也通过改革为企业运营和转型提高流动性。

其中一些已经在中国内地的证券交易所上市，也有部分企业选择在香港或海外上市。

在这些例子中，国家对国有企业通常有控制权（中国网通的案例突显了由此给公司治理带来的问题的微妙性）。

这些企业面临的管理问题在转变企业职工观念时非常棘手，这些职工有着长期工作保障、获得所有社会福利的期望，而这些现在已经发生了变化。

这些企业现在不再处于被保护的市场之中，其管理者必须应对各种市场力量以及来自国内外的激烈竞争。

这种转变也发生在其他时间和世界的其他地方，从历史上看是非常困难的，但是对于增强国有企业自身对新兴金融市场的吸引力并因此获得必要的资本来说却是必要的。

从这个角度上讲，为了能够在某些海外市场上市，公司必须采用新的管理标准，提高企业透明度，获得公众对企业更多的信心。

中国网通的案例就是一个很好的例子，讲述一家大型国有企业如何应对这些挑战，并最终良好的企业管理获得成功（其股票已经在香港联合证券交易所上市）。

第二种类型的企业组织是跨国企业的分公司，期望在中国谋求发展，不仅仅是为了出口，同时也是为了满足中国本地市场需求。

沃尔玛、朗讯和家乐福就是这种类型企业的例子。

它们面临的挑战是如何将它们在世界其他地区形成的工作流程和内部企业文化进行调整，以适应中国员工的价值观和政府规章所规定的运营流程。

溢达集团的案例就是这样一个引人深思的例子，它的总部位于中国香港，已经在中国内地有效地进行了30年的制造业活动。

案例描述了该企业始终参与到各级的政府活动之中，为企业和社会持续进行基础设施投资。

第三种企业组织形式是正在快速发展的本土私营企业，它们正处于为企业打造全球品牌的进程之中。

路由器业务领域的“华为”现在已经成为思科强有力的竞争对手；信息服务领域的“阿里巴巴”、白色家电业的“海尔”以及啤酒制造业的“青岛啤酒”都是这样鲜明的例子，它们近年来成功地在国内不同程度地树立了企业品牌。

中国也有其他一些重要的本地公司，如“李宁”现在已经成功地在全国范围内与“耐克”和“阿迪达斯”展开竞争。

管理这些企业和它们固有的错综关系以及文化的复杂性，是全世界迫切需要解决的管理任务之一。

媒体关注与评论

明白何时才是最佳投资时机在中国和在西欧、北美一样重要。  
出手的时机是一个非常关键的问题。

· ——沃伦·麦克法兰(哈佛大学商学院教授, 国际著名战略管理学者) 一个企业如何从客户的角度来运营, 是最高层经理首先要考虑的问题。

平衡计分卡让高管们看到他们在牺牲一个领域利益的情况下在另一领域中是否获得了改进。

——罗伯特·卡普兰(哈佛大学商学院教授, 平衡计分卡创始人) 这些(中国企业管理)理念和实践充斥于形形色色的成败与沉浮的个例当中, 既拥有世界的、普适的意味, 也体现出中国的、独特的风格。

.. ——陈国青(清华大学经管学院常务副院长, 教育部长江学者特聘教授) 讨论中国的公司治理问题.....要基于不同权力主体之间关系的性质, 基于不同类型公司内部权力关系的复杂性; 否则我们就不可能看到中国公司治理问题的真相和全貌。

... ——宁向东(清华大学经管学院教授, 清华大学中国经济研究中心常务副主任)

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>