

图书基本信息

书名：<<企业核心竞争力-动态球论模型剖析>>

13位ISBN编号：9787313044679

10位ISBN编号：7313044674

出版时间：2006-6

出版时间：上海交通大学出版社

作者：范宪

页数：348

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>

内容概要

全球经理人都意识到，若要在变幻莫测的中国乃至世界市场上取得成功，必须提升公司的核心竞争力。

然而如何识别和推进核心竞争力，对公司的领导层而言挑战巨大。

本书作者身为业界翘楚，同时作为一位有见地的学者，他在本书中建立的模型，有助于读者深入了解和加强自身的核心竞争力。

《企业“核”心竞争力：动态球论模型剖析》最大的创新点是创立了一个企业有核层状球模型。

她对企业的经济运行和核心竞争力的构成、识别、培育、演化等进行了详细分析，把有核层状球模型直观应用在企业管理的实践之中。

书中引入经济学发展史上杰出代表的主要理论和主题思想，结合中国现实的社会、政治、经济环境，讲述了国有企业面临全球市场挑战和机遇；并用翔实的案例，逐一证明了球论模型有直观的分析使用功能。

书中还用实证的方法，以一个企业管理者的身份和眼光，应用半定量的数学—物理模型来说明企业生产经营中一般规律；以全方位，系统应用经济学知识、结构、标准建立企业核心竞争力的能力，并在四个近百年历史老国有企业中获得了成功。

《企业“核”心竞争力：动态球论模型剖析》对海外企业进入中国企业有指导作用，对理解中国企业的文化和思想有演释作用；特别适合企业家、决策者、高级职业经济人、咨询业人士和研究工作者阅读，也可供高等院校专业师生参阅。

书籍目录

理论篇有棱层状球模型——全方位、动态剖析企业核心竞争力第1章在实践中求真知：有核层状球模型的构建引言：企业核心竞争力的起源与演进1.1企业需要核心竞争力1.2核心竞争力理论和实践的评价与启示1.3核心竞争力的内涵与特征1.4经济学理论对构建有核层状球模型的启示1.5有核层状球模型的构建与诠释第2章与外部和谐相处的“球”引言：球的特性2.1独立且封闭的球——经济体制与核心竞争力2.2外部无形力量作用下的球——市场结构与核心竞争力2.3外部有形力量作用下的球——政府行为与核心竞争力2.4与外界摩擦最小的球——降低交易费用与核心竞争力2.5阻力最小的球——增加外部管理能力提升核心竞争力第3章内部稳定成长的“球”引言：有核心竞争力的企业的发展模式和因素3.1重心与质心重合的球（一）——经营机制与核心竞争力3.2重心与质心重合的球（二）——所有制关系与核心竞争力3.3刚柔相济的球——加强组织黏性重塑企业核心竞争力第4章内核光芒四射的“球”引言：光电效应激发各层能量4.1核心产品——八象限分析4.2核心人物——企业控制权、激励与约束机制4.3核心文化——文化静态弥漫性第5章活力无限的运动之“球”引言：起起伏伏、生生不息的企业5.1非简谐振子运动——核心竞争力的形成与演化5.2滑动、滚动和跳动——保持活力、避免僵化5.3球心与半径的变化——多元化与球型关系5.4基于生命周期的核心竞争力架构应用篇有棱层状球模型——系统构建、管理企业核心竞争力第6章循环经济下企业目标的实现与价值创造引言：循环经济下的企业价值创造6.1循环经济下的企业终极目标6.2价值创造与核心竞争力的关系6.3中国企业如何实现各个方面的价值创造第7章企业核心竞争力识别与评价引言：构建企业现在和未来的核心竞争力7.1审视企业核心竞争力识别与评价方法7.2建立企业核心竞争力评价指标体系的思路与方法7.3轮胎制造行业企业核心竞争力评价指标体系的建立第8章企业核心竞争力构建、维护与提升引言：企业核心竞争力的缺失8.1企业核心竞争力的构建8.2企业核心竞争力的维护8.3企业核心竞争力的提升第9章基于生命周期的核心竞争力策略博弈分析引言：博弈分析应用9.1投入期企业构建核心竞争力策略分析（先来后到模型）9.2成长期企业构建核心竞争力策略分析（古诺模型）9.3成熟期企业构建核心竞争力策略分析（可信性模型）实践篇核心竞争力——中一企业生命之源第10章上海轮胎橡胶（集团）股份有限公司核心竞争力评价引言：上轮公司简介10.1上轮公司SWOT分析10.2上轮公司核心竞争力评价10.3上轮公司核心竞争力提升策略第11章国有企业核心竞争力研究引言：国有企业发展状况11.1国有企业核心竞争力现状11.2国有企业核心竞争力的缺乏原因与培育途径第12章中国大型企业国际竞争力探究引言：国际竞争力理论12.1我国大型企业国际竞争力现状及存在问题12.2增强我国大型企业国际竞争力的对策附录上海轮胎橡胶（集团）股份有限公司2000～2005年改革发展纪实参考文献后记

章节摘录

大中华橡胶厂和上海正泰橡胶厂强强联合组建而成，其中正泰橡胶厂和大中华橡胶厂的历史长达70多年，是国内最早生产轮胎的企业，在20世纪30年代就分别创立了橡胶行业遐迩闻名的“双钱”、“回力”两个知名品牌。

1992年5月该资产一体的公司经政府批准改制为上市公司，即上海轮胎橡胶（集团）股份有限公司，向国内外发行股票，其中外资股份27.3%，B股以ADR形式在美国证券市场交易，是国内轮胎行业第一家国有资产控股的上市公司。

从1992年开始，企业完成了公司化改造，“仿三资”，股份制和现代企业制度试点等四步改革，在改革中成长，不断的发展壮大，总资产从公司成立初期到2000年，从7.95亿元增加到67亿元，净资产从3.08亿元增加到15亿元。

在按销售额排序的家最大轮胎企业中，已从1992年的22位，上升到1998年的第14位。

1997年以前，上轮可以说是没有竞争的，企业的库存几乎为零。

因为没有竞争，求大于供，企业完全没有生存压力，企业生产也完全不需要考虑成本。

在这种计划经济体制下，上轮也不存在也不需要考虑构建核心竞争力的问题。

1997年后，轮胎产业逐渐走向市场化，竞争加剧，大大小小的轮胎厂出现很多，轮胎市场混乱，行业从总体上讲，没有规模经济，技术质量低，生产成本低。

有人曾经用“内外交困”来形容当时国内轮胎行业的状况，当时外资控股轮胎企业开始显示出强大的竞争力，到1999年轮胎行业开始出现亏损局面，亏损面超过一半。

上轮在经济体制转轨过程中也未能幸免于难，先后出现了销售政策失误、避税失败、兼并亏损等困难，到2000年7月，公司经营状况进一步恶化，主业亏损4.7亿元。

公司迫切需要按照市场经济的竞争要求来调整上轮公司的管理系统。

上轮公司新的管理层通过销售系统的改革、机构精简，管理重心下移，重组生产流程，基层企业承包，对亏损企业进行关、停、并、转、卖，加强党风廉政建设，加大有质量，有效益，有市场产品的生产和销售。

同时，通过资产重组解决了资金的困难，增加了企业的核心竞争力，在2002年，上轮的全钢丝子午胎在全国的市场份额达到了25%，居全国第一，迎来了市场认为的“上轮年”。

……

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>