

<<中国公司的气质>>

图书基本信息

书名：<<中国公司的气质>>

13位ISBN编号：9787504474131

10位ISBN编号：7504474134

出版时间：2012-1

出版时间：马春华 中国商业出版社 (2012-01出版)

作者：马春华

页数：298

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>

<<中国公司的气质>>

前言

从西方心理学角度来讲，气质是人的个性心理特征之一，它是指在人的认识、情感、言语、行动中，心理活动发生时力量的强弱、变化的快慢和均衡程度等稳定的人格特征。它与日常生活中人们所说的“脾气”、“秉性”、“性情”等含义相近。

从中国传统文化角度来讲，“气”文化的影响无处不在。

数千年来，人们一直在研究它。

道家称气为“”，儒家讲“浩然正气”，中医辨人体“气血”，气功分“内气”、“外气”，风水讲“生气”、“天气”、“地气”和“阴阳之气”。

中国古人一直重视对气质的培养与修炼。

孟子说：“吾善养吾浩然之气。”

“养气”是中国古人对提升人的气质素养的一种形象比喻。

气质看似无形，实则有形。

它外化在一个人的举手投足之间。

每一个成功者都拥有自己的气质，出众的气质使其影响力和感召力大大增强，事业人生更加顺遂。

公司同人一样，作为一家成功的公司也是有其独特的“气质”的。

那么，什么是“公司气质”呢？

从公司的内在因素来讲，公司气质是公司的一种与生俱来的内在基因，是公司内渴望的一种精神化理念，是一种目标导向型的态度，是领导者身上所体现出的领导风格，是一个公司企业文化的体现，是员工身上所焕发出的激情。

从公司的外在因素来讲，公司气质所体现的是公司采用什么样的方式去做事，采取什么样的战略去实现赢利计划，采用什么样的方式去满足社会需求。

总之，所谓“公司气质”就是公司在长期的生产经营实践中自觉形成的，经过全体职工认同并信守的理想目标、价值追求、意志品质和行动准则；它是公司经营方针、经营思想、经营作风、精神风貌的概括反映。

其核心是价值观，其表现形式是公司战略。

不同的公司拥有不同的气质：创新是海尔气质的最好概括，创新就像海尔的血液，激荡着整个肌体；就像电流，驱动着整个机器。

创新是海尔之魂。

而阿里巴巴则具有一种“侠客”气质。

在淘宝，所有员工都自己冠有“郭靖”、“乔峰”、“一刀”等武侠小说人物的名号。

不光称谓，这种“侠气”还体现在公司的日常运营中，只要有能力，一些基层员工经常一跃成为帮主，统领原来的上司。

蒙牛的气质怎一个“牛”字了得，蒙牛企业文化的精髓是“与自己较劲”，发生任何问题，先从自己身上找原因。

因为蒙牛坚信：改变自己容易，改变别人难。

娃哈哈则拥有如家一般的温暖、和谐气质。

凝聚小家，发展大家，报效国家，这是娃哈哈的“家文化”。

……一家公司要想成为像海尔、阿里巴巴这样的成功企业，就必须善于“养气”，不断进行自我修炼，塑造出更加出色的气质，不断提升自己的气质魅力。

公司气质并不是一成不变的，它具备可培养、提升、升华的空间。

只要公司从现在觉醒，并开始坚持不懈地修炼，一定能锻造出‘伟大公司的气质’。

公司气质一旦形成，就会产生巨大的力量。

它能够对公司成员思想和行为起到潜移默化的作用，通过培育和再塑公司气质，有利于建设一支富有战斗力和凝聚力的团队。

同时，通过公司气质的培养，能够塑造优秀的公司形象，增加公司的知名度和社会美誉度，赢得客户的忠诚与信赖，从而最终达到提高公司核心竞争力的目的。

<<中国公司的气质>>

一家公司如果坚定不移地追求卓越的气质，那么把它放在任何环境、任何背景下，它都能成长为伟大的公司。

既然公司气质如此重要，那么公司气质尤其是中国公司的气质该如何修炼呢？

这正是本书要回答的问题。

相信阅读完本书后您一定会有所领悟，从而沉下心来修炼自己公司的气质，把危机变成转机，在瞬息万变的国际市场环境中稳步发展。

当竞争的硝烟散去后，那些浮躁的投机者，必定会被无情地淘汰；而只有那些底蕴深厚、气质不凡的公司才能竖起胜利的旗帜。

<<中国公司的气质>>

内容概要

公司气质是一家企业的内在基因和外化要素的组合，是创办者领导风格的呈现，是公司战略观点的体现。

公司气质是公司内渴望的一种精神化的理念，是一种目标导向型的态度，是领导者身上所体现出的领导风格，是一个公司企业文化的体现，是员工身上所焕发出的激情。

<<中国公司的气质>>

作者简介

马春华，安徽人，从事过很多行业。

2001年和朋友下海创业，开办了自己的公司，从艰苦卓绝中走向胜利马先生在公司管理、员工激励等方面有自己的一套真知灼见，《中国公司的气质》就是极具代表性的一本书。

<<中国公司的气质>>

书籍目录

前言 气质决定成败第一章 企业家的气质决定公司的气质 企业家的气质决定公司的气质 企业家的七种领袖气质 企业家要树立个人品牌 企业家成就企业的三大法宝 中国发展离不开企业家精神 创新是企业家精神的灵魂 冒险是企业家精神的天性 合作是企业家精神的精华 敬业是企业家精神的动力 学习是企业家精神的关键 执著是企业家精神的本色 诚信是企业家精神的基石 为企业家成长提供良好的环境第二章 界定共同愿景，创建公司气质 拥有自己的愿景 为什么要建立共同愿景 构建共同愿景的原则 建设共同愿景的五个阶段 建立共同愿景要尊重个人价值 愿景是战略与文化的交集 将企业愿景与社会责任相结合 用愿景领导企业走向未来第三章 构建核心价值观，培养公司气质 用核心价值观凝聚团队 企业价值观的“涅槃之路” 中国企业的价值观地图 提炼自己的核心价值观 评估自己的核心价值观 如何建立核心价值观 核心价值观要落实到制度上 企业要树立正确的舍得观 企业要树立正确的义利观第四章 诠释文化真谛，熏陶公司气质 文化乃企业之魂 一流企业卖文化 优秀企业文化的特征 企业文化的科学定位 跨过企业文化建设的六大误区 培育优秀企业文化的核心要素 建立企业文化竞争力的平台 倡导学习，锐意创新 企业与员工共同成长、共享未来 领导以身作则保证企业文化的执行 行动力是落实企业文化的关键第五章 全面提升能力，修炼公司气质 企业决策是否犹豫不决？
——修炼企业敢于决断的气质 企业是否回避发展中的短板？
——修炼企业敢于挑战自己的勇气 企业遇到危机如何处理？
——修炼企业面对困境的态度 企业机遇来临时抓住了吗？
——修炼企业的独到眼光 企业是否具备独特优势？
——修炼企业的核心业务能力 企业产品是否家喻户晓？
——修炼企业的品牌建设能力 企业是否光说不练？
——修炼企业执行力 企业是否善于交际？
——修炼企业公关能力 企业是否妄想赚所有人的钱？
——修炼企业精准的市场定位 企业团队是否具备协作性？
——修炼企业团队战斗力第六章 以人为本，锻造公司气质 留住人才就留住了希望一 用薪酬表达对员工的认可 关注员工的成长就是关注企业的未来 良好的沟通让管理无往不利 公平竞争机制让员工看到奔头 人尽其才方可创造最大价值 把员工激励成“千里马” 交往的艺术让企业亲如一家 学会授权，成为轻松的领导 发挥团队的整体优势，让1+1>2 增强员工的归属感第七章 变革创新，永葆基业长青 维持还是变革，这是一个问题 接受变革，不要惧怕 减少阻力的渐进式变革 打破“惯性”陷阱，适应市场变化 在变革中给自己定位 进行战略创新，与变革相适应 跳出思维定势，进行创新管理 比别人多想一点 创新，于细微之处见不凡 推陈出新是基业长青的法宝第八章 中国最佳气质公司案例 海纳百川，创新至上——海尔集团 认真工作，快乐生活——阿里巴巴 螺旋发展，电子巨龙——联想集团 静水潜流，客户导向——华为技术有限公司 经营人心，创造奇迹——蒙牛乳业 企业是树，文化是根——娃哈哈集团 团结协作，精进不怠——TCL集团 家园文化，人才立行——招商银行

<<中国公司的气质>>

章节摘录

企业家的七种领袖气质 美国著名管理学学者比尔·瓦格纳曾对1500名年销售额超过一百万美元的美国企业家进行数年的跟踪调查，结果发现所有企业家均可以分为两类：多面手型和专家型。

多面手型的企业家是商业战略家，他们能绘制宏伟的发展蓝图，更加独立，对改变现实环境有强烈的欲望，也更具有冒险意识；专家型企业家是杰出的战术家，他们更偏爱在自己熟悉的领地攻城拔寨，对每一个商业细节都苛刻异常，更期望在一个稳定和安全的环境下大展身手。

比尔·瓦格纳在这两类商业领袖的基础上又细分了七种企业家气质。

根据研究，80%以上的商业领袖具有以下七种气质类型：一、多面手型 1.管理者 支配欲和独立性很强，一旦有明确的目标便会全力以赴。

身边的随从和下属在这类企业家看来是实现事业目标的工具，因而会忽视平等地对待他人，也因为这种直率风格而在不知情的情况下冒犯他人。

他们是伟大的幕后领导人，善于处理企业各个系统、观点、观念和技术之间的关系。

他们能清晰地分辨和制定企业的近期目标和远期目标。

但如何管理员工对他们而言则是重要和困难的工作，因此应该雇用那些善于倾听员工和处理人际关系的管理者。

2.干将 这种类型的企业家非常具有进取心和独立性，乐于接受挑战。

在研究中发现，创业者中大多数属于这种类型，他们对任何事情都表现得很主动，对紧急事务的处理总是雷厉风行，是典型的好领导和杰出的管理人员，对自己和周围的人都极具感染力。

他们对陌生环境具有天生的应变和学习能力，因此他们善于投资或开拓一个完全陌生的领域，所以不必担心陌生环境带来的不知所措。

3.开拓者 这类企业家野心勃勃、乐于接受挑战，并有明确的事业目标，在商场上是好斗分子，常常用扫荡竞争对手的方式来获得成功。

他们总是精力充沛，具有强烈的行为动机和应变能力。

总是在寻求改变，否则就会感到非常乏味。

这类企业家注重逻辑分析，并且是个典型的现实主义者，倾向于通过事实作出决定而不是感隋。

制药、金融、法律咨询和技术领域是这类企业家的优势行业。

这类企业家面临的挑战是如何与旁人更好地合作。

他们可以是杰出的领导者，但不是管理者和执行者，多倾听下属的意见很重要。

4.激励者 激励者具备极高的社会交往能力，很强的统治欲和独立性。

这些气质将有助于企业家在重压和复杂环境下出色地完成工作。

这类企业家也是出色的合作者和协调者，与他人愉快地工作是他们的本性。

他们天生为零零售业而生，人际关系越复杂的行业越能显示他们的才华。

难缠的客户和激烈的讨论都能被他们轻松化解，他们行动的原则是感受、感觉和发现。

二、专家型 1.合作者 合作者与权威者首要的区别就是前者具有交际的天赋，他们是人群的润滑剂。

凭借着与人处事的能力，通过影响他人获得自己所需，这也意味着所有人都可能是他们的商业伙伴。这类商业领袖的最佳搭档是那些对开拓新事业极富攻击性的人物。

对冷言冷语、挑衅话题，这类企业家具有天生的免疫力，他们是执行和计划的最佳人选。

消费服务类和零售业是最能体现这一天赋的地方。

从职业前途看，合作者在既定的商业构架中能游刃有余，他们也是杰出的市场销售员。

2.权威者 他们是整个企业甚至社会的中流砥柱。

他们可能不是最出色的创业者，却是企业最重要的执行者。

他们做事细致又有策略，富有责任感和合作精神，严格遵守规则程序，处事谨慎、深思熟虑，同时具有较强的忍耐力和宽容度。

更倾向于合作而不是竞争，甚至将客户也视作家庭成员的一部分。

权威者并非是天生的企业家，他们往往因各种机遇意外成为商业领袖，他们更乐意帮助别人。

<<中国公司的气质>>

3.权谋者 这一类企业家一刻不得安宁，享受着工作压力带来的愉悦。他们非常容易改变已有的想法，并迅速适应新环境，总是凭着本能选择正确的方向。权谋者被认为是专家型企业中最富有领袖气质的一种形态，具有良好的人际交往和明确的行为动机，是取得成果的重要因素。这类企业家雇用一位强有力的、善于解决问题并承担责任的伙伴或雇员，可以使事业一帆风顺。

P5-7

<<中国公司的气质>>

媒体关注与评论

看完《中国公司的气质》一书，我彻底地明白了，公司的气质就是将组织团结和凝聚在使命和愿景周围的一套价值观！

它是决定公司最基本属性的核心体系，这种体系包括了公司的愿景、目标、梦想、战略、资源整合、团队等要素。

这种气质是公司每一个成员的组合体，也是每一个成员共同分享的，是将不同的观点及其共同的目标所进行的整合。

是值得一读的好书！

——《倾听自己内心的声音》作者 周海燕 《中国公司的气质》这本书告诉我们：围绕企业素质展开的工作构成了企业内在的能力群组，围绕企业气质展开的工作构成了企业外在的品牌群组，企业资源的积累就是围绕塑造企业的素质和气质而展开的。

如果你想领会这些理论的实际意义。

赶快去阅读《中国公司的气质》一书吧！

——《赢利》作者 朱胜良

<<中国公司的气质>>

编辑推荐

马春华编著的这本《中国公司的气质》讲述了作为一个中国企业的领导者，只要你从现在觉醒，开始修为，并坚持不懈，一定能锻造出伟大公司的气质。

近几年，商界事儿不断：罚后涨价、弃业私奔、跳楼保家甚或爆炸……不管这些事儿因何而起，主角们是用行动、情感、无奈、惊险等，鲜活地演绎自己的商业故事。

<<中国公司的气质>>

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>