

<<中国工商管理案例精选（第3辑）>>

图书基本信息

书名：<<中国工商管理案例精选（第3辑）>>

13位ISBN编号：9787509534885

10位ISBN编号：7509534887

出版时间：2012-10

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：王瑞华

页数：468

字数：470000

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>

<<中国工商管理案例精选（第3辑）>>

内容概要

王瑞华、王玉霞主编的《中国工商管理案例精选（第3辑）》中的案例来自中央财经大学第五届（2010年度）、第六届（2011年度）案例教学研讨会应征、入库案例，是经专家评审、遴选出的优秀案例。

《中国工商管理案例精选（第3辑）》入选案例涵盖了全国MBA教育指导委员会规定的核心课程和中央财经大学特色课程领域，入选案例都是中央财经大学教师亲临企业，深入研究中国企业管理的实际问题基础上，凝练出的具有中国特色的管理问题、管理思想、管理理论的原創案例，反映了目前国内较高水平的管理案例编写现状，为我国专业学位教育提供了案例教学素材，推动了我国管理案例研究与教学的发展。

<<中国工商管理案例精选 (第3辑)>>

书籍目录

战略管理

二次创业的选择

鱼与熊掌：做品牌还是做OEM

LG装饰公司的发展战略

新媒体发展模式之央视案例剖析

“开心网”之困

国际化：小心被人家算计！

——TCL等中国企业海外并购之路的反思

龙腾集团企业管理案例

“龙湖”房地产开发公司核心竞争力

市场营销

“光棒”之诱

“仁爱为本”的战略品牌管理——黄海制药的营销管理战略模式

人力资源与组织行为

从“农村包围城市”到“绿色莲花”——莲花味精营销策略案例分析

ZGYD履行社会责任与员工忠诚度案例分析

T公司海外项目的团队管理历程

公司治理

美的电器的成长之路——民营资本的股份制转化

新浪高管层的MBO

创业管理与风险投资

兰考县秸秆发电项目遭遇的尴尬

创业英雄——季琦

金融证券

紫晶宫的诱惑

中国平安保险公司收购深圳发展银行

45个涨停板，从ST长运到西南证券

上市还是不上市？

——M制药有限公司的发展困惑

上海仪电控股（集团）公司并购及整合路径分析

财务审计

信息时代中国石油财务集中管控模式

北京紫竹药业：运用BSC建立战略中心型组织

哈尔滨铁路局多元经营系统绩效评价制度的设计和执行

商业银行信贷决策中的财务报表分析

OPTI的信贷风险与财务分析

海星科技资产重组的案例

九发股份变更审计师的动因及其市场反应研究

数据模型与决策

思考与抉择——2009年我国商品房销售分析

中小企业生存现状的思考——“中小企业生存大调查”案例分析

章节摘录

二、莲花味精发展状况 莲花味精股份有限公司（以下简称莲花股份）最早创立于1983年，前身是河南省周口地区味精厂。

该厂自成立以后，规模不断扩大，业务不断发展，1996年10月，经河南省体改委和周口地区行政公署联合批准，在河南周口地区味精厂基础上整体改制为国有独资公司。

1998年8月在上海证券交易所挂牌上市。

莲花股份以食品生产经营为主营业务，产品主要包括以“莲花”牌味精、“莲花”牌鸡精、“九品香”调味料为主的调味品系列，以小麦谷朊粉为主的植物蛋白系列，以“六月春”牌面粉为主的小麦面粉系列，以及小麦淀粉系列。

同时，莲花股份以消费需求为导向，不断开发新型产品，推进产品升级。

莲花股份年产销味精30万吨，是中国重要的味精生产和出口基地。

“莲花”牌味精长期占据中国市场主导地位，被商务部评为味精行业最具市场竞争力品牌，是最受消费者欢迎的品牌之一，在中国家庭消费市场占有率超过40%，被中国绿色食品发展中心认定为“绿色食品”。

2010年莲花品牌价值为17.85亿元，入选“中国500最有价值品牌”。

国家工商行政管理总局认定“莲花”商标为“中国驰名商标”，确定莲花股份为味精行业唯一的国家商标战略实施示范企业。

莲花股份是国家农业产业化重点龙头企业之一，致力于粮食深加工技术，确保提供安全健康的食品。

莲花股份设有经国家人事部批准设立的“博士后科研工作站”，下辖五个重点实验室：小麦深加工实验室、氨基酸实验室、淀粉糖实验室、质量控制实验室、生物工程实验室，承担国家、省重大项目8项，取得科研成果36项，申请专利近百项。

在氨基酸发酵生产、葡萄糖生产、环保技术、发酵副产物综合利用和小麦深加工等方面拥有大批具有自主知识产权的核心技术，技术水平居国内领先地位，为提供安全、美味的食品奠定了坚实的技术基础。

莲花股份在味精行业率先获得ISO9001质量体系认证，2007年，公司相继通过了HACCP体系认证、HALAL认证、美国犹太证书认证、印尼清真认证等，并获国家实验室CNAS认证。

莲花股份在巩固国内市场主导地位的同时，积极开拓国际市场。

目前，莲花味精、莲花鸡精、莲花谷朊粉出口量迅速增长，销往美国、欧洲、东南亚、中亚、俄罗斯等世界120多个国家和地区。

三、“绿色莲花”的社会责任营销策略 1998年8月莲花味精在上海证券交易所挂牌上市带来了公司突飞猛进的发展，与此同时也为公司的发展战略以及营销策略提出了严峻的挑战。

随着人们生活水平的逐渐提高，人民的饮食生活方式也逐渐发生了变化，对食物的温饱需求逐渐淡化，在饮食口味上的需求越来越强烈，相对于过去传统单一的调味料，复合调味品进入人们的生活。

统计显示，近年来，我国复合调味品的年产量突破200万吨，品种达到上千种，对传统的调味品替代率达到了30%。

随着市场经济发展，调味品市场的激烈竞争，消费者对生活质量与产品质量的要求不断提高，以及各种媒体广告中对味精这种传统调味品褒贬不一的宣传，同类产品扬长避短逐渐向产品复合型多样化、适应性方便化、保健高档化发展。

那么，莲花味精如何顺应时势？

如何给自身的长远可持续发展定位？

如何根据新形势采取新的营销策略？

对于上市公司来说，这不仅关系到企业的利益，更关系到众多利益相关者（包括员工、消费者、股东、所在地区等）的利益。

……

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>