

<<领先者的密码>>

图书基本信息

书名：<<领先者的密码>>

13位ISBN编号：9787543672833

10位ISBN编号：7543672839

出版时间：2011-6

出版时间：青岛出版社

作者：郑必坚 等著

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>

<<领先者的密码>>

内容概要

本书主要来源于企业家俱乐部举办的中国绿色公司年会。

全书囊括了马云、朱民、郑必坚等多位企业家、政要和经济专家对绿色经济，对中国企业未来走势的观察和分析。

向我们解释了什么是绿？

哪些公司可以称为绿公司？

中国的绿公司需要具备哪些条件？

在经历了财富积累后，中国企业应该追求什么？

书中这些企业家、政要和经济学家针对国内外比较热门的话题阐述自己的看法。
如马云畅谈阿里巴巴的“欺诈门”事件。

读者能从中看到成功企业的成功经验，成功的商业模式；还能从中看到成功企业家应对危机的解决方案和魄力；同时，融入了对环保，对可持续发展以及对企业发展的深刻的探讨。

<<领先者的密码>>

作者简介

中国绿色公司年会由中国企业家俱乐部于2008年始创，至今已连续举办四届，于每年4月22日世界地球日举办，是中国企业界第一个跨行业、国际化的可持续发展峰会。四年来，共有2000余位全球富有远见、最具变革力的国内外企业领袖、政界要员、学界权威、NGO组织代表和国内外主流媒体出席年会。年会致力于推动政府、企业界、学术界及NGO组织就如何促进绿色经济发展进行深入交流，凝聚共识，促使社会经济的可持续发展转型。

<<领先者的密码>>

书籍目录

- 代序：绿色是21世纪的主色调 /李群
- 第一章：中国企业要换种活法
- 思想的盛宴：解读全球变局
 - 中国和平崛起只能靠“中国梦” /郑必坚
 - 时代的变化是国际关系中最大的变化 /吴建民
 - 做好现在，抓住机遇 /俞敏洪
 - 共创和谐，把握未来 /常德传
 - 绿色经济责任是实现商业文明的保障 /金志国
 - 全球市场需要良性竞争 /狄安华
 - 做自己该做的事 /许小年
 - 中国有很大的机会 /斯图亚特·哈特
 - 中英合作，推动绿色发展 /吴思田
 - 绿色世界是我们自己创造的 /威尔·鲍温
 - 思想的盛宴：绿色价值观
 - 孩子永远会超越我们 /马云
 - 重建教育根基 /俞敏洪
 - 寻找建设性解决方案 /郭广昌
 - 绿色发展应上升为中国国策 /李稻葵
 - 在创造财富中追求“真、善、美” /金志国
 - 企业要做“绿色先锋” /朱新礼
 - 从“心”开始改变世界 /李连杰
 - 社会企业要走进乡村 /廖晓义
 - 想象一个零碳的世界 /Jonathan Lash
 - 寻找可持续发展共识 /Thomas P.Lyon
 - 中国正迈向绿色经济 /阿希姆·施泰纳
- 第二章：榜样的力量
- 阿里巴巴：坚守价值观，企业才会有未来
 - 青啤：循环经济是一种负责任创新
 - 通用电气：创想照进现实
 - 万科：让建筑赞美生命
 - 复星：复星存在的根本意义
 - 新奥：把煤变绿
- 第三章：成功的上面是什么？
- 坚持有理想而不理想化的理念 /柳传志
 - 创造新的商业模式 /张瑞敏
 - 我相信 /郭广昌
 - 员工变了，企业家该怎么变？
- /郭宇宽
- 天道在变，谁主沉浮？
- /贾林男
- 中国企业靠什么赢得世界？
- /项兵
- 为理想主义而活 /马云
 - 谁为这个世界的操守把关？

<<领先者的密码>>

/刘东华

寻找绿色经济的商业模式 /张维迎
企业是非常重要的力量 /乔治·科尔
绿色行业将是下一次全球经济的推动力量 /朱民
中企绿色转型孕育无限机遇 /李侃如
乞力马扎罗的雪 /王石
ICT助力绿色经济转型 /刘积仁
以绿色公司为目标 /曹国伟
物流业通过IT技术提高效率 /杨绍鹏
责任构筑绿色公司 /卢绪军
经济增长，好在“平稳” /姚景源
公司在追求什么？

/王瑞斌

必要的革命 /彼得·圣吉
第四章：绿色企业先行者——绿色公司百强榜单
2011年中国绿色公司百强评判标准
2011中国绿色公司百强（图表）

<<领先者的密码>>

章节摘录

版权页：插图：我们需要信息在消费者中间进行传播，要让消费者知道他们购买的产品会对他人及环境产生什么样的影响。

在今天的世界供应链中，很难有这样的情况：当我们拿起一件产品的时候，马上就想象它对世界产生的影响。

所以在城市中生活的人们，更需要关注他们的所作所为对生态系统的影响，乃至对子孙后代的影响。现在有一个叫做生态标签的网站，可以帮助人们了解很多产品对环境的影响，并帮助人们做出购买决策。

这是一个非常重要的方法。

尤其是在市场体系中，他们能够在和消费者的共同互动中影响未来的消费模式。

即使如此，我们很多人还是觉得非常困惑，因为我们不知道该相信哪一个标签。

在美国我们需要更加可协调、更加具体的办法，把这些信息聚集到一起，以便于我们理解。

比如沃尔玛在美国名声非常不好，因为很多人，包括很多员工在内，对沃尔玛都非常不满，所以他们也不接受沃尔玛所灌输的标签。

但是，在中国沃尔玛销售的商品质量就受到顾客信赖。

所以沃尔玛现在最重要的，就是要建立起一个全球一体化的体系。

当你走到超市的时候，可能拿出智能手机在各个商品上扫描一下，立即就知道这个商品的环保程度及其对生活的影响。

我想这仅仅是一个开始，这样的信息会为我们带来变化，虽然这种变化在开始一定是非常困难的。

如果消费者得知这个产品环保性非常糟糕的话，无论如何也是不会买的。

所以这种教育和民众认知的过程是非常重要的。

我们有两件事情需要重点关注，首先，就是要有同情心。

在我们的教育过程中使学生更加富有同情心，对他人和社会要有感同身受的感觉。

其次，就是要更好地使用一些社会准则来改变人们的行为。

当人们受到社会上的压力，需要人们更加注重环保的时候，才会选择环保节能型轿车。

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>