

<<企业管理案例与评论>>

图书基本信息

书名：<<企业管理案例与评论>>

13位ISBN编号：9787802075320

10位ISBN编号：7802075327

出版时间：2006-5

出版时间：经济管理出版社

作者：张承耀

页数：235

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>

<<企业管理案例与评论>>

内容概要

本文集分“点评”、“时评”与“报告”三大部分，“点评”是针对某一案例所写的，后面附有背景资料；“时评”是独立的文章；报告是针对某个专题的研究。

从内容上看，有的可能前后有所重复交叉，比如，国有企业改革、治理结构、汽车消费，等等。

在点评部分，本来按照文字产生的逻辑顺序是案例在先，评论在后，但是，现在则是评论在先了。这是想把评论作为导读，给读者一个大致的介绍；如果读过案例再回过头来看评论也可以有新的认识。

第一部分“点评”包括15篇文章，第二部分“时评”包括13篇文章，第三部分“报告”包括10篇文章。

在篇头有中间成果的出处可供参考。

本书的读者主要为企业管理研究人员、企业界人士以及企业管理类的研究生和大学生。

<<企业管理案例与评论>>

作者简介

张承耀，男，1947年5月出生于河北省秦皇岛市。

1964年入清华大学学习；1970年2月到本溪钢铁公司做技术工作。

1980年到日本进修技术一年。

从1982年到1988年在中国社会科学院研究生院就读，为我国第一批企业管理专业毕业博士研究生两名中的一名；毕业后留工业经济研究所工作至今。

1990年到日本东京大学任客座研究员一年。

现任研究员，博士生导师。

主要社会兼职有：中国企业管理研究会理事，中国国有资产学会理事，政协北京市西城区委员，北京市西城区科协副主席，担任《改革》、《经济管理》、《中外管理》、《中国管理评论》等杂志编委员会委员，国家教委中国国有企业问题研究中心学术委员会委员。

1995-1996年负责主持了院重点课题《控股公司的理论与实践》；1996年至1999年负责主持了国家社科基金“九五”重点课题《企业管理现代化、科学化问题研究》；1999-2000年负责主持了所重点课题《企业管理案例编写模式研究》；2000-2002年负责主持了院重大课题《我国企业管理的实践与管理科学的发展》。

<<企业管理案例与评论>>

书籍目录

第一部分 点评第1篇 官员与外商的“双赢”案例：大连两电机“外嫁”是福是祸第2篇 西轴“被外资利用”的六部曲案例：西轴和FAG的合资第3篇 管理的真谛在哪里案例：从石化炼油厂看如何为基层松绑第4篇 校办企业改制的八个问题案例：校办企业改制之路第5篇 又到“审计风暴”时案例：牵动全国的审计报告第6篇 跨出了可喜的一步案例：央企大考首放榜单第7篇 不海外上市还问责吗案例：中行建行分行长纷纷下课第8篇 以人为本：国有企业改革的方向案例：国有企业改制权威报告：民企入主后绩效显著提高第9篇 垄断扼杀市场经济案例：寡头时代的国有企业第10篇 房地产价格统计工作的目的是什么案例：我国房地产价格统计工作第11篇 细观纳税排行榜“哈哈镜”案例：暴利行业房地产成纳税“侏儒”第12篇 券商基金解读案例：救券商百亿再贷款已开始操作第13篇 一轮洋“跑部前进”案例：世界500强已有约六成在北京安营扎寨第14篇 盘下沃尔玛如何案例：另眼看中国企业海外投资战略第15篇 中海油进退由股东定案例：中海油出手当慎重第二部分 时评第16篇 中国公司法的三个重要修改第17篇 汽车消费问题如山第18篇 “公开买官”的把戏第19篇 寻找政企分开的边界第20篇 “东施效颦”总不像第21篇 医疗体制改革难在哪儿第22篇 别了，关于税率的“小学生思维”第23篇 环渤海都市圈与城市形象的发展第24篇 中国投资过热的思考第25篇 铁路商机在哪里第26篇 股市治本之策第27篇 又到春节涨价时第28篇 突出特色是繁荣西单的根本第三部分 报告第29篇 新国企建立现代企业制度的可喜探索第30篇 汽车消费环境与企业社会责任第31篇 公车改革的基本问题第32篇 轿车排量、价格的多元分析与消费税第33篇 体验经济十大特征第34篇 体验经济的提出第35篇 体验经济的多感官性第36篇 体验经济的个性化特征第37篇 关于北京公交、地铁体制创新的思考第38篇 关于国有企业建立董事会制度的谈话

<<企业管理案例与评论>>

章节摘录

现在,中国人和外国人都隐约感觉到,一轮中国企业海外投资的高潮正在到来。回忆中国加入世界贸易组织之前,许多中国人担心,一旦打开国内市场,中国企业将不是外国企业的对手,将会遭到灭顶之灾。

但是,事实上,并没有看到“狼来了”的一幕,恰恰相反,现在中国企业要考虑“走出去”了,这样的结果真让人高兴。

所谓“走出去”是一个比较宽泛的概念。最直接的表现是产品走出去,即以自己的品牌出口。由于中国产品性能好、价格低廉,所以在国际市场有竞争力,这以小商品最为代表。不过,这种产品出口给对方国家的企业带来了直接的压力,中国企业遭受“反倾销”的待遇也就是非常自然的事情了。

在这之中,对方国家的贸易保护主义很明显,实际上也是某种新形式的“非关税壁垒”。当然,也有的学者认为,我们还应该考虑自己的做法是否完全合理,如果产品是你的,品牌是你的,销售渠道是你的,一点空间也没有给人家,遭到报复也许是必然的,应该给人家“留一块”,你把人家逼急了怎么行,正所谓“双赢”也。其实,格兰仕、双星等都是在做自己的品牌的同时也为人家贴牌生产。

取而代之的是海外投资建厂。从表面看,中国企业海外直接投资的主要好处包括可以获取重要原料和能源来源、降低生产成本、获取海外配额和销售渠道、规避贸易壁垒,等等,但是,对外直接投资的成本较高,对经营管理水平要求也较高,再加上某些配套要素不齐全、劳动力摩擦等方面的原因,可能造成总成本并不低或经营困难的结果。

与直接投资不同的方式是通过股权运作,收购对方企业,这样做的好处是可以投资通过收购发达国家知名企业在短时间内获取其品牌与技术等无形资产和销售渠道,早年,日本企业也曾这样大举进攻美国,甚至于买下了美国的象征洛克菲勒大楼。

在中国近年来这样的事例已经很多了,例如,TC1收购阿尔卡特移动电话、联想收购P83 IBM个人电脑部门、海尔竞购美泰克,等等。

当然,事情也不会那么顺利,对方国家也会以各种借口排斥中国企业。比如,对方国家可以从“能源安全”的角度限制中国企业的进入。

那么,在这之中是否也有中国企业方面的原因呢?为什么在国内,大的国有企业没有发现问题,而到国外就被发现出了问题呢?为什么一些国有企业在国内不很透明,却一下子拿到国外去“透明”了呢?中海油竞购尤尼科失败,肯定有对方保护主义的原因,对于中国国有企业的不信任也是一个重要的原因。

综观发达国家企业到中国发展的历史,大都经历了产品—技术—资本—品牌的过程,比如,日本的家电产品,首先是产品站住脚了,在建立生产基地的基础上,再把研发基地搬过来。资金与品牌的联合运作更值得注意,比如,丰田汽车在中国的生产性直接投资有几十亿元,而销售渠道4S店的建设主要靠特许经营的办法,一家4S店大概需要3500万元人民币,200家店就得70亿元,所以,他们调动中国的资金要远远多于他们自己的直接投入。

现代企业管理的一个重要概念叫做企业的核心竞争力,我们可以从两个大的方面来理解,一个是供给方面,企业的产品要有技术优势和规模优势,技术决定质量,规模决定成本从而决定价格。

另一个是需求方面,企业产品占领市场要有品牌。除此之外,企业还要能整合上述要素的能力,即供应链管理,最后,如果有垄断资源的能力就更好了。

不过,所谓的垄断,既可以通过自然竞争的结果,也可能是天生的行政性垄断。

总之,企业的核心竞争力包括技术、规模、品牌、整合、垄断等各个方面的因素。

拿上述标准来观察一下我们的企业情况会怎样呢?我们的产品还可以,主要是有规模优势,但

<<企业管理案例与评论>>

是，核心技术在哪里？品牌优势又在哪里？温州的一双皮鞋在国内卖500元，走沃尔玛的渠道只能得到5—7美元，可是，建立沃尔玛的渠道要多少钱？君不见，在西单的一家耐克鞋的专卖店里摆的耐克鞋全部写的是“越南制造”！所以，规模或成本优势也不是没有危机。

如此说来，我们的企业是否有些操之过急了呢？如果我们的企业仅仅有一些规模优势，没有或很少有技术与品牌优势，主要靠行政而不是靠市场的国内垄断优势在国外又不复存在，整合供应链的优势又在哪里？拿超市来说，我们国内的大型超市尚且不能完全与国外大型超市相抗衡，冲出去的效果会怎样？现在假设我们有钱，把个沃尔玛也给盘下来了，我们能不能管理好？能不能得到其他国家消费者的信任？欲速则不达。

这就是我们的结论。

P84

<<企业管理案例与评论>>

编辑推荐

这是本有关企业管理的文集。
全书共分三个部分：“点评”、“时评”与“报告”。
适合企业管理研究人员、企业界人士以及企业管理类的研究生和大学生阅读。

<<企业管理案例与评论>>

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>