

读到财智

On Wisdom

one hundred business classic literature

杨吉◎著

Volume 2007

百
部
商
业
经
典

2007卷



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

读到财智

On Wisdom

one hundred business classic literature

杨吉◎著

Volume 
2007

百
部
商
业
经
典

2007  卷



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

读到财智：百部商业经典 / 杨吉著. —北京：中国经济出版社，2007.9
ISBN 978 - 7 - 5017 - 8084 - 6

I. 好... II. 杨... III. 商业经营—基本知识 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 071732 号

出版发行：中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址：www.economyph.com

责任编辑：杨莹 (13366991920)

责任印制：张江虹

经 销：各地新华书店

承 印：北京市地矿印刷厂

开 本：170mm × 240mm

印 张：30.75

字 数：539 千字

版 次：2007 年 9 月第 1 版

印 次：2007 年 9 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5017 - 8084 - 6/F · 7083

定 价：48.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话：68359418 68319282

服务热线：68344225 68369586 68346406 68309176

商业阅读二三事

一

中国的企业家从不读书，或很少读书。

不信？你自己问——

“××总，最近在读什么书呢？”

通常，他们的回答是：“读书？哦，我最喜欢的一本书是……”

从近来读什么书到最喜欢什么书，这个“命题偷换”真实地反映了企业家、经理人心无旁骛、无从读书和无暇读书的现状。而且他们中的不少人还抱持读书无用的偏见，认为读书偏离现实，理论劣于实践，他们擅长用“纸上得来终觉浅”的名言反过来讥讽那些读书乐、乐读书的人。

然而，阅读是一项求知求学求真的技能，特别在商业社会，对每一个商业人士来说，阅读不仅有助于开阔视野、增长见识，而且还有助于提升品位、充实生活。阅读，已然成为信息时代一种必需的生活方式。

人，诗意地栖息。

此话没错，但前提是，人们需要智慧。

而智慧很大一部分来自阅读……

二

人们对资讯的极度渴望和对知识的强烈需求，促成了出版业的井喷式发展。

近几年，市场上的商业图书可谓琳琅满目、鱼目混珠，时髦的名词和概念一浪接一浪滚滚而来，传播给大众的管理理念和口号不停翻新模样。于是，作者们在竞相模仿，读者们在盲人摸象。本来，在浮躁、急进的社会风气下，阅读已是一件相当奢侈的事情，但现在混乱的商业图书市场又给人们制造了一系列的麻烦：

面对浩如烟海的图书，如何挑选需要的图书？花了大量的时间和金钱选的图书其实并不适合自己？好多冠名畅销书排行榜冠军、出自名家名人之手的图书竟然是伪书、假书？

阅读，人们希望收获的是精神食粮，但最终获得却是噪音和思维杂质。

于是，那些抱着阅读、学习和提升目的的管理者往往无所适从，找不到精神归依。

三

需求创造供给。

商业人士逐渐意识到，是工作太忙、好书难寻、信息太多等三大因素阻碍了自己卓有成效的阅读。他们希望有这么一本书，或这么一群人能帮助他们“管理”阅读，帮助他们合理“投资”阅读时间，在最需要的时候，花费最经济的时间读到最合适的书，从阅读中获取最大的回报。而且无论何时何地，他们都可以享受到这种切实有用的信息服务。

这预示着，在种类繁多的商业图书市场又将新生一种产品——好书指南！

好书指南，一本有关介绍好书，评点好书，推荐好书的书。它是书，不过是一本对书“大书而书”的书。

该书的出版只有一个目的：为追求经典阅读的你提供最优质的内容导读！

四

杨吉的《读到财智》致力于成为国内第一份专为商业人士提供的商业阅读指南。

该书杨吉历时三年而成，按照运营管理、战略变革、领导艺术、市场营销、经济理论、企业与企业家人、投资金融、人力资源、创新趋势、职场/励志等十大门类，收录商业好书100本，主题书评100篇，推荐图书100本，同时还附录入选图书的相关信息（包括中英文版、作者简介、内容提要、简要评论等），可谓“一册在手，百书尽览”。

该书旨在扮演好图书管理员的角色，帮您仔细阅读书库里的书，找出您需要的书，然后提炼并向您提供对今天商业世界最为实用的观点和见解。

五

目前市场上专为商业人士出品的图书导读不多，即便有，也多是对过去二十多年经典商业图书的选编、点评，在内容上没有及时更新，时效性远远不够。另一方面，在我们目所能及的周围，充斥着太多这样的书，它们被冠之以“经典速读”、“名著提要”、“人生必读”、甚至是“一生不得不知的××本书”。过于“使命感”的阅读显然容易造成过大的精神负担。尤其像最后一种称谓，“一生不得不知”，支撑它的逻辑显然成了“不知你就不是人”、“白活一辈子”。因此，这类剪刀糍糊一蹴而就的产物，在讨好着想短时间内做个知道分子的朋友的同时，也被那些对待经典表现出严肃虔诚的同仁所反感。孰优孰劣，孰好孰坏，《读到财智》不会妄加评判，它只希望诸位读者不要以对待那些书的态度来对待本书。

《读到财智》虽然也是一本大杂烩，但整个创作过程是认真的，认真为中国商业人士提供一个便捷、快速且具有时效的财经图书“导读产品”。

智慧影响趋势，商业改变世界，我们应该对高端思想有所了解！

方兴东 博客网董事长及创始人

二〇〇七年七月三日

目 录

CONTENTS

序

方兴东 推荐序

/ 1

运营管理



《企业定位法则》：

“三”的标杆：企业定位法则

/ 3



《金矿》：

你需要了解的精益之道

/ 8



《破窗》：

不可忽视的细节管理

/ 12



《赢》：

韦尔奇意犹未尽之作

/ 16



《榜样》：

榜样，或是中国企业的“求其上”

/ 21



《管理：使命、责任、实务》：

彼得·德鲁克：发明管理的人

/ 26



《觉醒的年代》：

查尔斯·汉迪：管理界的哲学家

/ 31



《砍掉成本：
企业家的12把财务砍刀》：

成本不能随便砍

/ 35



《中国人的管理逻辑》：

传统商业逻辑的“破相”

/ 38



《关键时刻 MOT》:

关键时刻，时刻准备

/ 42



《解放型管理》:

解放型管理：能信吗？

/ 47



《经营 DNA》:

经营有道与企业 DNA

/ 51



《科学管理原理》:

泰勒“科学管理”的现代意义

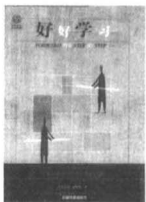
/ 56



《儒墨道法与企业经营》:

向“子曰”学管理

/ 60



《好好学习——企业知识管理： 从认识到实践》:

知识管理：言之有物吗？

/ 65



《转型》:

转型: 更深度的执行

/ 70



《现场力》:

《现场力》和《可视力》:

关于执行力的补充说明

/ 76

战略变革



《战略历程》:

明茨伯格的战略清算

/ 83



《雄霸亚洲》:

国际化大公司的亚太战略》:

明天, 谁来雄霸亚洲?

/ 87



《未来的社区》:

人类需要社区, 加入而非退出

/ 91



《权力的转移》:

托夫勒: 下个世纪的权力主题

/ 96



《暗战——无形垄断再造企业优势》:

无形垄断, 竞争未来?

/ 100



《数字化商业模式》:

这个世纪的创业

/ 105



《未来的组织》:

组织并未终结, 只是开始

/ 110



《动荡时代的管理》:

不确定性的管理挑战

/ 115



《21 世纪的管理挑战》:

管理问题的未来

/ 119



《巨变时代的管理》:

巨变的未来，未来的管理

/ 125



《跨越文化浪潮》:

世上没有最好的管理方式

/ 129



《长尾战略》:

中国语境及其本土实践

/ 134

领导艺术



《领导力与激励》:

领导是行动，而不是言说

/ 141



《你会问问题吗?》:

提问力也是领导力

/ 145



《东方 CEO》:

东方 CEO 的角色扮演

/ 149



《CEO 的抉择》:

CEO 的角色扮演

/ 152



《卓有成效的管理者》:

智慧地追求卓越

/ 155



《未来的领导者》:

未来领导, 冒号

/ 160



《管理者而非 MBA》:

管理的是, MBA 的非

/ 165

市场营销



《用脑拿订单——销售中的全脑博弈》：

“全脑营销”的两种读法

/ 171



《销售红宝书》：

“人们为什么购买？”

/ 176



《成为最伟大的销售员：苏格拉底销售笔记》：

成功销售，少说多听

/ 179



《口碑营销》：

口碑营销，以何取胜？

/ 185



《当购买成为习惯：让顾客离不开你的 N 个理由》：

你的企业可替代吗？

/ 188



《你的营销不对路》：

你的营销对路吗？

/ 192



《放短线，钓大鱼：大客户销售攻略》：

敲开大客户的门

/ 197



《微利时代的成长》：

微利时代的“利润区”

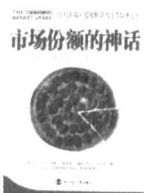
/ 201



《软销售》：

寻找你的潜在客户

/ 206



《市场份额的神话》：

市场份额的错觉

/ 210



《水平营销》：

水平营销：改变只是一点点

/ 214



《影响力》:

营销花招 见招拆招

/ 219



《顾客要买什么》:

中端市场之死?

/ 224



《看电影学销售》:

电影中的销售原理

/ 228



《销售中的心理学》:

销售中的内在博弈

/ 232



《快品牌》:

喜出望外与略失所望之作

/ 236



《品牌密码》:

卓越品牌的加减法

/ 240

经济理论



《搜》:

“搜”是主语

/ 247



《蝴蝶效应经济学》:

短期预测可免则免

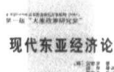
/ 252



《边际的谋杀》:

当侦探是一个经济学家的时候……

/ 256



《现代东亚经济论》:

东亚经济的现实进路

/ 260



《卧底经济学》:

你喝咖啡，谁赚钱

/ 264