

目 录

绪论 注目“财富”，注目中国

第一章 聚焦上海：《财富》来到中国 (3)

一、《财富》论坛：为什么选择中国 (5)

1. 中国改革开放巨大成就的吸引力 (5)
2. 中国的发展对世界 500 强的意义 (6)
3. 世界 500 强的战略是什么：中国老总如是说 ... (7)
4. '99 财富论坛——中国：未来 50 年 (9)

二、'99《财富》论坛：一次空前的历史盛会 (11)

1. 《财富》论坛的历史背景 (11)
2. 《财富》登陆中国，财星汇聚上海 (12)

三、《财富》论坛：对中国企业的影响 (14)

1. 《财富》大会：给中国带来了“财富” (14)
2. 借风造势，振兴国企 (15)
3. 中国企业：我们要大还是要强 (18)
4. 中国，现在应该做什么 (19)
5. 中国企业的目标：瞄准世界 500 强 (21)

第二章 世界 500 强:财富的王国 (25)

一、回眸 500 强——《财富》排名的历史演变 (26)

1. 世界 500 强的由来与发展 (26)

2. 世界 500 强的指标体系与排名方式 (27)

二、透视 500 强——一个色彩斑斓的世界 (29)

1. 世界 500 强:惊人的财富积累 (29)

2. 世界 500 强:全球国际化大企业的代表 (31)

3. 世界 500 强:世界经济风云际会的主导 (33)

三、展望 500 强——战略走势与发展态势 (34)

1. 世界 500 强:未来战略的走势 (34)

2. 世界 500 强:不断变化的发展态势 (38)

3. 世界 500 强:几个还需要了解的问题 (40)

第一篇 世界 500 强超常发展的八大模式

第三章 高科技 创新

——世界 500 强超常发展模式之一 (45)

一、高新技术:企业超常发展的推进器 (46)

1. 高新技术是现代企业发展的制高点 (46)

2. 高新技术是企业竞争的焦点	(48)
3. 当代高新技术发展的特点	(49)
二、世界 500 强：与高新技术共舞	(54)
1. 世界 500 强的高新技术研究与开发活动	(55)
2. 世界 500 强加速了高新技术垄断的进程	(57)
3. 世界 500 强使国际高新技术转让日趋活跃	(59)
三、开发高新技术：世界 500 强的创新魅力	(62)
1. 魅力之一：独享超额利润，立于不败之地	(62)
2. 魅力之二：延长产品寿命，永葆竞争活力	(63)
3. 魅力之三：锐意进取，后来居上	(64)
世界 500 强高科技创新的典型案例	(65)
1. 英特尔公司：凭借高科技创新成霸主	(65)
2. 索尼公司：创新、创新，还是创新	(68)
3. 施乐公司：高科技创新才是我们的乐趣	(73)

第四章 金融资本经营

——世界 500 强超常发展模式之二	(75)
--------------------------	------

一、金融资本经营：世界 500 强超常发展的途径	(76)
1. 以小搏大、以弱胜强是金融资本经营的特点	(76)

2. 战略选择 + 智慧谋财是金融资本经营的技巧	(78)
3. 金融资本经营是企业超常发展的助推器	(81)
二、金融资本经营:世界 500 强快速升值资本的主要方式	(82)
1. 运筹股市,纵横捭阖	(83)
2. 发行债券,借鸡生蛋	(86)
3. 期货投机,快速致富	(87)
4. 投资基金,聚沙成塔	(88)
世界 500 强金融资本经营的典型案例	(90)
1. 通用电气公司:靠金融服务盈利	(90)
2. 雷诺汽车公司:开放资本开出的花朵	(96)

第五章 收 购 兼 并

——世界 500 强超常发展模式之三	(99)
--------------------------	------

一、收购兼并:从全球浪潮看世界 500 强的战略选择	(100)
1. 美国影响世界的五次兼并浪潮	(100)
2. 日本企业间的收购兼并活动	(103)
3. 法国企业间的收购兼并活动	(105)
4. 德国企业间的收购兼并活动	(108)
二、收购兼并:世界 500 强实现资本扩张的捷径	(109)
1. 资本扩张是世界 500 强发展的要求	(109)

2. 世界 500 强的资本扩张主要采用收购兼并的形式	(110)
3. 世界 500 强收购兼并的主要目的	(111)
三、收购兼并:世界 500 强获利的绝招	(114)
世界 500 强收购兼并的典型案例分析	(117)
1. 波音与麦道:一桩美丽的婚姻	(117)
2. 吉列与盖士曼:并购的新生命	(121)
3. 马自达与福特:着眼于 21 世纪	(124)
第六章 组 织 创 新	
——世界 500 强超常发展模式之四	(127)
一、组织创新:企业超常发展的有力保障	(128)
1. 良好的组织:企业高速运营的支架	(128)
2. 组织不断发展的历程	(129)
3. “无边界”的组织创新	(132)
二、世界 500 强的组织形式及组织创新	(133)
1. 世界 500 强组织结构的三种基本形式	(134)
2. 世界 500 强组织结构的三种结合方式	(137)
3. 企业组织结构创新过程	(140)
三、世界 500 强组织创新的新发展	(143)
1. 横向分立	(143)
2. 纵向分立	(145)
3. 责任升级	(146)
4. 重新设计	(147)

5. 临时团队	(149)
---------------	-------

6. 沟通创新	(151)
---------------	-------

世界 500 强组织创新的典型案例	(152)
--------------------------------	--------------

1. 通用电气公司的“零管理层”	(152)
------------------------	-------

2. 西门子公司的组织管理创新	(154)
-----------------------	-------

第七章 多元化经营

——世界 500 强超常发展模式之五	(157)
--------------------------	-------

一、多元化经营：世界 500 强战略发展的选择	(158)
--------------------------------------	--------------

1. 制约对手，占领市场	(158)
--------------------	-------

2. 行业转移，避免衰退	(159)
--------------------	-------

3. 出奇制胜，有利竞争	(160)
--------------------	-------

4. 产品组合，分散风险	(162)
--------------------	-------

5. 强化自我，提高核心能力	(163)
----------------------	-------

6. 积蓄后劲，继续成长	(164)
--------------------	-------

二、多元化经营：世界 500 强经营方式的变革	(165)
--------------------------------------	--------------

1. 世界 500 强多元化经营的战略途径	(165)
-----------------------------	-------

2. 世界 500 强多元化经营的模式	(171)
---------------------------	-------

世界 500 强多元化经营的典型案例	(178)
---------------------------------	--------------

1. 松下公司：从电灯发展起来的家电王国	(178)
----------------------------	-------

2. 杜邦公司：炸药崩出的多彩世界	(183)
-------------------------	-------

3. 菲亚特公司：意大利人的骄傲	(187)
------------------------	-------

第八章 跨 国 经 营

——世界 500 强超常发展模式之六	(189)
一、跨国经营:世界 500 强发展的共同特征	(190)
1. 加速生产资本的国际化	(190)
2. 加速资金跨国界流动	(192)
3. 扩大国际贸易流量	(194)
4. 加快先进科技的转移	(197)
二、跨国经营:世界 500 强崛起的必经之路	(199)
1. 跨国投资	(199)
2. 跨国销售	(200)
3. 跨国生产	(201)
4. 跨国人才	(202)
5. 跨国资本	(203)
世界 500 强跨国经营的典型案例	(206)
1. 德国巴斯夫公司:依靠国际投资实现“三级跳”	(206)
2. 韩国三星集团:跨国经营成就的“电子世界之 星”	(210)
3. 美国可口可乐:跨国经营所向披靡	(213)

第九章 营 销 创 新

——世界 500 强超常发展模式之七 (215)

一、从卖产品到卖观念：世界 500 强营销

创新的动力 (216)

1. 以生产为中心的生产导向阶段 (217)

2. 以推销为中心的销售导向阶段 (218)

3. 以消费者为中心的市场导向阶段 (219)

二、创新求变：世界 500 强市场营销的

新潮流 (220)

1. 大市场营销：营销发展的方向 (220)

2. 蓝契斯特法则：营销的秘密武器 (225)

3. 无店铺售卖：营销方式的革命 (228)

4. 广告宣传：营销中奇妙的冲击力 (231)

世界 500 强营销创新的典型案例 (234)

1. 柯达公司：“请君按钮即可，其他的让我们服务” (234)

2. 沃尔玛：天天平价 (237)

3. 戴尔公司：直接面对客户 (241)

第十章 创 立 名 牌

——世界 500 强超常发展模式之八 (247)

一、创立名牌是当今企业成功的法宝 (248)

1. 当今时代已是名牌争霸天下的时代 (248)

2. 名牌是“上帝”心中的“上帝”	(251)
3. 创立名牌是企业竞争的取胜之道	(252)
4. 名牌是企业成功营销的筹码	(254)
二、世界 500 强创立名牌的基本战略	(259)
1. 质量的追求——完美无缺	(259)
2. 信誉的保证——持之以恒	(261)
3. 独特的魅力——特色鲜明	(262)
4. 合理的定价——按质论价	(264)
世界 500 强创立名牌的典型案例	(268)
1. 百事创立名牌的策略	(268)
2. 摩托罗拉树立自己的品牌	(271)
3. 雀巢咖啡在日本的品牌战	(274)

第二篇 世界 500 强的经营 韬略与艺术

第十一章 变 革

一、变革求生:世界 500 强顺应潮流	(280)
1. 挑战:变革的动力	(280)
2. 和谐:变革的目的	(282)

3. 实效:变革的原则	(284)
二、调整战略:世界 500 强变中谋胜	(285)
1. 实施国际化经营战略	(285)
2. 实施资本经营战略	(288)
3. 实施归核战略	(290)
三、管理变革:世界 500 强的盎然生机	(292)
1. 保持活力:管理变革的目的	(292)
2. 网络式结构:组织变革的选择	(293)
世界 500 强变革图新的典型案例	(295)
1. 美国电话电报公司:整顿策略带来的变化	(295)
2. 克莱斯勒公司:变革管理,起死回生	(298)
第十二章 用 人	(303)

一、人才:世界 500 强的竞争王牌	(304)
1. 人才,企业的第一资本	(304)
2. 知人善任,企业家的基本功	(306)
二、识才有术:世界 500 强的察人艺术	(308)
1. 千军易得,一将难求	(308)
2. 面谈面试	(309)
3. 考试选才	(310)
4. 招聘人才	(310)
5. 惟实取才	(311)

6. 见微知著	(313)
三、聚才有方:世界 500 强的求才方法	(314)
1. 诚请法	(314)
2. 挖角法	(315)
3. “收买”法	(315)
四、驭将有谋:世界 500 强的用人韬略	(316)
1. 用人所长	(316)
2. 因材施教	(318)
3. 用人不疑	(319)
4. 提拔制胜	(320)
五、留才有道:世界 500 强防范人才“跳槽” 的方法	(321)
1. 人才“跳槽”的若干种情况	(322)
2. 防范人才“跳槽”的基本方法	(323)
世界 500 强善于用人的典型案例	(325)
1. 石油大王:注重发挥人才的关键作用	(325)
2. 三星集团:广开门户选人才	(328)
第十三章 激 励	(333)

一、激励:提高员工绩效的手段	(334)
1. 激励是努力工作的动力源泉	(334)
2. 激励员工是世界 500 强成功的法宝	(335)

二、让员工分享企业的利润	(336)
1. 员工持股	(337)
2. 考核+奖金	(338)
3. 关心员工的福利	(341)
三、关爱:世界 500 强的“大家庭”观念	(342)
1. 及时表扬	(342)
2. 关爱	(346)
3. 尊重与信赖	(346)
4. 激将	(349)
世界 500 强激励员工的典型案例	(351)
1. 惠普公司:激励更上一层楼	(351)
2. 麦当劳:抓住员工太太的心	(355)
第十四章 团 队	(359)

一、团队精神:世界 500 强成功的内在力量	(360)
1. 团队精神的内涵与特征	(360)
2. 团队精神是企业旺盛生命力的原动力	(361)
二、高效团队:世界 500 强的策略追求	(362)
1. 高效团队策略之一:精选共同目标	(363)
2. 高效团队策略之二:完善制度与机制	(363)
3. 高效团队策略之三:聚集人才	(365)
4. 高效团队策略之四:协作与沟通	(366)

世界企业 500 强重视团队的典型案例 (368)

1. 三菱公司“忠诚的团队” (368)

2. 施乐公司:“胜利来自团队” (369)

第十五章 文 化 (373)

一、文化:世界 500 强企业素质的体现 (374)

1. 企业文化是企业价值观的体现 (375)

2. 企业文化是企业奋进的精神支柱 (376)

3. 企业文化是企业形象的根基 (376)

4. 企业文化的灵魂是企业家文化 (379)

二、文化:世界 500 强管理模式的体现 (382)

1. 管理环境决定企业文化的层次 (383)

2. 管理创新决定企业文化的质量 (385)

三、文化:世界 500 强资本扩张的先锋队 (387)

1. 跨文化经营与文化融合 (387)

2. 资本扩张与文化入侵 (391)

世界 500 强发展企业文化的典型案例 (393)

1. 松下企业文化:入乡随俗 (393)

2. 英特尔公司:以文兴商,塑造形象 (401)

3. 三星集团:“第一主义”的人文观念 (403)

第十六章 市 场..... (405)

一、市场导向:世界 500 强成功的关键 (406)

1. 企业市场意识的能力 (407)

2. 面向市场,改善经营 (408)

二、开拓市场:世界 500 强成功的秘诀 (409)

1. 先期占领市场 (409)

2. 后来者如何居上 (412)

3. 瞄准重点市场 (413)

三、全面出击:经济不景气下世界 500 强的

营销策略 (417)

1. 策略之一:小市场下的高价位 (417)

2. 策略之二:低价位赢得大市场 (419)

3. 策略之三:超前经营,超前行动 (421)

世界 500 强开拓市场的典型案例..... (422)

1. 本田汽车公司:“市场第一”..... (422)

2. 康柏公司:抢占市场的黑马..... (426)

第十七章 竞 争..... (429)

一、竞争:世界 500 强永恒的主题 (430)

1. 竞争的机制——成长与淘汰 (430)

2. 竞争的基础——自由与规则 (432)

3. 竞争的本质——创新与盈利	(434)
二、确立优势:世界 500 强竞争战略的选择原则	(437)
1. 寻求差异	(437)
2. 集中重点	(439)
3. “成本领先”	(439)
三、建立新战略:世界 500 强的竞争哲学	(440)
1. 创造和捍卫竞争优势	(440)
2. 差异是竞争优势的源泉	(443)
3. 建立一种新的竞争模式——战略联盟	(446)
世界 500 强勇于竞争的典型案例	(450)
1. AT&T 与英国电信:双驾马车的比赛	(450)
2. 柯达与富士:一场奥运大战	(453)
3. 波音与空中客车:在竞争中前进	(456)
第 十 八 章 服 务	(461)
一、服务质量:世界 500 强成功的基石	(462)
1. 顾客是企业的生命之泉	(462)
2. 以顾客为中心的“服务质量”	(463)
3. 提高企业的服务质量	(464)
二、以顾客为中心:世界 500 强的服务模式	(465)
1. 服务策略	(466)
2. 服务系统	(467)

3. 服务人员	(468)
4. 顾客	(468)
三、服务产品化:世界 500 强的服务新趋势	(471)
1. 融服务于设计之中	(472)
2. 企业销售服务艺术	(474)
3. 商业中的超值服务	(476)
4. 服务业的最新变化	(476)
世界 500 强以服务取胜的典型案列	(477)
1. IBM:一切为了用户	(478)
2. 本田公司:服务、服务,还是服务	(480)

第三篇 世界 500 强与中国

第十九章 中国对世界 500 强的吸引力

(485)

一、世界 500 强抢滩中国	(486)
1. 滚滚而来的外商投资潮	(486)
2. 花开四季:500 强的中国投资战略	(487)
3. 广阔天地大有作为	(489)
4. 焦点与关键:500 强进入中国的真正原因	(490)

二、“到中国投资去!”	(491)
1. 世界 500 强的中国情结	(491)
2. 世界 500 强进入中国的方式	(492)
三、世界 500 强给中国的礼物是什么	(494)

第二十章 世界 500 强对中国企业发展的启示

(499)

一、中国企业必须走技术创新之路	(500)
1. 现实:中国企业技术的落后现状	(500)
2. 取经:世界 500 强企业技术创新的启示	(502)
3. 未来:中国企业技术创新的方向	(505)
二、中国企业必须重组改制,实行资本经营	(508)
1. 困境:中国企业的体制与经营现状	(508)
2. 借鉴:世界 500 强资本经营对中国的启示	(510)
3. 前景:中国企业资本经营浪潮正在兴起	(513)
三、中国企业必须走出国门,跨国经营	(517)
1. 求索漫漫路:中国企业跨国经营辨析	(517)
2. 他山之石:世界 500 强的跨国经营启示	(519)
3. 未来不是梦:中国企业跨国经营前瞻	(522)
四、中国企业必须全力解决人力资源的问题	(524)