

竞争力

提升企业能力的七种武器

提

升

企

业

能

力

刘明◎主编



中国纺织出版社

竞争力

——提升企业能力的七种武器

刘明 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

军队需要战斗力,在这个商场如战场的时代,企业同样需要竞争力。

在这个经济英雄此起彼伏的年代里,如何提升自己的竞争力,让成功的自己不被他人超越,让渴望成功的自己永远走在时代的前面?本书会给您一个惊喜、一份自信。

本书主要从企业发展竞争力的诸多方面,如领导的塑造、人才的建设、文化的塑造、战略的规划、管理的提升、执行力的提高以及人际关系的织就等方面进行阐述,告诉您一个全方位提升企业竞争力的秘诀。

这是一本能成就无数人梦想的书。

图书在版编目(CIP)数据

竞争力:提升企业能力的七种武器/刘明主编. —北京:中国纺织出版社,2005.5

ISBN 7-5064-3357-5/F·0562

I. 竞… II. 刘… III. 企业管理-研究 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第022399号

责任编辑:向连英 特约编辑:冯晓玲 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

电话:010-64160816 传真:010-64168226

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2005年5月第1版第1次印刷

开本:880×1230 1/32 印张:10.25

字数:154千字 定价:22.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换



序 言

21 世纪，是一个意气勃发的世纪，是一个崇尚成功的世纪。

“天行健，君子以自强不息”，这是我们的祖训。21 世纪是一个能为人的发展提供更多机遇的时代，它使人们能有更多的自由去选择自己的命运。

在这样一个时代里，能力已经成为不折不扣的资本，而竞争力则成为一个企业成败的关键。一个军队需要战斗力，在这个商场如战场的年代里，企业同样需要竞争力。

军队的战斗力来源于好的统帅、精良的装备和高昂的士气，而企业的竞争力则来源于企业的领导、

序 言

人才、文化、战略、管理、执行力以及企业的人脉。

提升企业竞争力的七种武器：

拳头，是力量的象征。一个领导，站在一个组织面前，同样应该是希望和力量的象征。

刀，是锋利的，能够决定一个人的生死；人才，是重要的，能够决定一个企业的存亡。碧玉刀，是珍贵的；人才，同样珍贵。

剑，浸渍的是一种灵气，造就的是一个英雄；文化，渗透的是一种习惯，成就的是一个企业。剑可以长生，文化必定流长。

钩，是曲的；战略，是高度的。能够用钩的人是高手，有战略的企业家看到的是未来。

翎，是美的；管理，是艺术。孔雀翎美丽无比，管理是制胜法宝。

枪，是利器；执行，是做事的行动。霸王枪的





强悍，可以伤人于无形；执行的强悍，必可成就大事。

环，是圆的；人脉，也应该是圆的。多情环，饱含感情；人脉，更应该富有人情。

天下不可一日无主，国家不可一日无君。一个成功的企业，离不开一个优秀的领导，这个领导就是企业竞争力的核心。

为政之要，惟在得人。其实，无论是为政还是从商，都离不开人才。没有人才，企业注定不能有大成。人才是企业竞争力的中坚。

很多的习惯才能积淀成为一点点传统，很多的传统才能积淀成为一点点历史，很多的历史才能积淀成为文化。一个民族有自己的文化，一个企业也需要文化来滋养。文化是企业竞争力的灵魂。

未来是不可企及的，未来同时也是可以被影响

序 言

的。一个人有对未来的期盼，一个企业也有未来的战略。战略是企业的未来。

没有规矩，不成方圆。举凡天下大事，都有秩序所在。企业的运行离不开秩序，秩序离不开管理。管理是企业竞争力的法宝。

有开始就必有结束，有结束就必有过程。任何美好的想法，如果不能实实在在地实施，就都是虚妄。企业要发展，有计划，必须有执行。执行是企业竞争力的最终体现。

世界上的成功 20%来自实力，80%来自人际关系的处理。人生而自由，但无所不在枷锁中；企业发展同样自由，但又无往不受人际环境的影响。人脉是企业竞争力的外援。



目 录

武器之一 拳头·领导——竞争力的核心

拳头，是力量的象征。一个领导，站在一个组织面前，同样应该是希望和力量的象征。

◆ 领导者的三重身份	2
一、沟通者	2
二、外交家	8
三、思想家	14
◆ 领导者的三种能力	20
一、牢记历史	20
二、经营现在	22
三、开拓未来	25
◆ 领导者的三种品质	32
一、强势心态	32
二、强势决断	35
三、强势执行	40

武器之二 碧玉刀·人才——竞争力的中坚

刀，是锋利的，能够决定一个人的生死；人才，是重要的，能够决定一个企业的存亡。碧玉刀，是珍贵的；人才，同样珍贵。

- ◆ 黄金累千，不如一贤 48
 - 一、企业的真正资源是人才 48
 - 二、得人才者得天下 50
 - 三、优秀企业的用人之道 54
- ◆ 以人为本，人才为重 61
 - 一、优秀企业的用人标准 61
 - 二、优秀企业共同的用人原则 65
 - 三、人才资源的开发 68
- ◆ 礼贤下士，凝聚人心 74
 - 一、留住人才必须遵循的原则 75
 - 二、用人技巧分析 83

武器之三 长生剑·文化——竞争力的灵魂

剑，浸渍的是一种灵气，造就的是一个英雄；文化，渗透的是一种习惯，成就的是一个企业。剑可以长生，文化必定流长。

- ◆ 文化是本源 96



一、企业文化的特征	98
二、文化是企业的核心竞争力	103
三、企业文化建设的四个结合	106
◆ 在学习中求进步	111
一、建立学习型企业的必要性和重要性	112
二、学习型企业的构建	114
◆ 创新是动力	118
一、优秀公司的创新启示	119
二、没有创新，就没有竞争力	120
三、企业的创新	125

武器之四 离别钩·战略——竞争力的未来

3

钩，是曲的；战略，是高度的。能够用钩的人是高手，有战略的企业家看到的是未来。

◆ 有战略，才有方向	138
一、战略的本质	139
二、战略与战术	142
三、企业战略规划制定	144
四、战略是企业的未来	148
◆ 战略是全局	151
一、战略决定兴衰	151

- 二、有战略才有发展 154
- 三、中小企业的战略抉择 158

◆ 占领战略制高点 161

- 一、找到真正的制胜战略 161
- 二、四种制胜战略模式 165
- 三、中国企业的战略失误 169
- 四、以信息化战略抢占制高点 173
- 五、雅戈尔和杉杉的制高点之争 176

武器之五 孔雀翎·管理——竞争力的法宝

翎，是美的；管理，是艺术。孔雀翎美丽无比，管理是制胜法宝。

◆ 管理是手段 182

- 一、管理是实现目标的手段 182
- 二、管理需要创新 183
- 三、影响世界的管理手段 188

◆ 15种管理能力 191

- 一、管理者的三种技能 191
- 二、管理者的15种管理能力 196

◆ 管理的最高境界是艺术 203

- 一、管理的科学性与艺术性 203

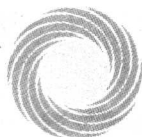


二、管理的艺术 205

武器之六 霸王枪·执行——竞争力的实现

枪，是利器；执行，是做事的行动。霸王枪的强悍，可以伤人于无形；执行的强悍，必可成就大事。

- ◆ 没有执行力，就没有竞争力 236
 - 一、什么是执行力 238
 - 二、执行力就是竞争力 241
- ◆ 成功最终要靠执行 246
 - 一、执行力，企业成功的关键 248
 - 二、执行力是成功的保障 251
 - 三、执行是根本 253
- ◆ 强化执行力 255
 - 一、明确的目标确定执行力的方向 257
 - 二、领导是执行力的重要影响者 258
 - 三、好的执行力要靠好的管理团队 263
 - 四、建立良好的企业执行文化 268



武器之七 多情环·人脉——竞争力的外援

环，是圆的；人脉，也应该是圆的。多情环，满含感情；人脉，更应该富有人情。

◆ 人脉是个软环境	274
一、在失意者面前不谈得意事	275
二、帮别人就是帮自己	276
三、和气生财，财生和气	278
四、大智若愚，赢在难得糊涂	281
五、言出必践	284
◆ 人脉关系四度法则	286
一、向度法则	286
二、广度法则	288
三、深度法则	295
四、适度法则	297
◆ 人脉就是命脉	302
一、人脉决定成败	302
二、人脉是无形财富	304
三、人脉帮助你获取信息	305
四、开发自己的人脉金矿	308
参考文献	316



武器之一

拳头·领导——竞争力的核心



拳头，是力量的象征。一个领导，站在一个组织面前，同样应该是希望和力量的象征。

◆ 领导者的三重身份

作为企业的管理者，由于不同场合、不同要求、不同目的，常扮演不同的角色，但对于企业来说，最重要的角色莫过于三种：沟通者、外交家、思想家。

2

一、沟通者

沟通者，顾名思义，就是与人沟通的人。与谁沟通？作为企业的领导，当然是与各部门经理和董事们沟通，讨论企业所处的环境、市场状况及前景、顾客满意度、市场占有率、盈利、竞争对手的实力与最新战略、企业内部各方面的情况等，制定每一阶段相应的企业战略和发展规划，解决当前面临的问题，实现企业的长远发展。在这一点上，沟通者又带有一定的沟通管理的职能。不难看出，沟通者的沟通主要体现在内部



管理上，其传播的信息要想让别人理解，必须要进行有效的沟通。

春秋战国时期，一代宗师墨子有一个得意门生，大家都认为这个门生很优秀，连墨子也这么认为，并有心培养他。墨子对他要求极为严格，这个门生因此时常遭墨子责备。有一次，墨子又责备了这个门生，这个门生觉得很委屈，因为在许多门生之中，大家都认为他是最优秀的人，可是却常常遭到墨子的指责，让他难堪。这一天，这个门生委屈地问墨子：“老师，难道在这么多学生之中，我非常差劲吗？以至于要时常遭您老人家责骂吗？”墨子听后，毫不动肝火，心平气和地说道：“如果我现在要上太行山，依你看，我应该要用良马来拉车，还是用老牛来拖车？”门生疑惑地回答说：“二者相比，再笨的人也知道要用良马来拉车。”墨子又紧追问道：“那么，为什么不用老牛呢？”门生又回答说：“理由非常的简单，因为良马可以担负重任而行走千里，值得驱遣。”墨子笑笑说：“你答得很对，我之所以时常责骂你，也只因为你的优秀能够担负重任，值得我一再地教导与匡正你。”

这是一个很简单故事，但却可以给企业的管理者在沟通管理上提供一些有益的启示。

（一）向上沟通

4

世界上大多数优秀企业都有一个非常显著的特征，企业从上到下都重视沟通管理，拥有良好的沟通文化。而作为员工，则尤其应该注重与管理者的沟通。通常说来，管理者因为接触的层面较宽，要考虑的事情比员工要多、要杂，许多时间并不能由自己控制，因此经常会忽视与部属的沟通。更为重要的是，许多工作在管理者下达命令让员工去执行后，管理者自己并没有亲自参与到具体工作中去。由于角度和位置的偏差，他们常常不能切实考虑到员工所面对的具体问题，总认为在这个过程中不会出现什么差错，因此缺少主动与员工的沟通。而作为员工来说，如果没有主动与管理者进行沟通的意识，就不能弥补管理者因为工作繁忙和没有具体参与执行工作而忽视的沟通。

因此，作为管理者，教会员工主动和自己沟通，是很有必要的。其目的就是让员工学会主动与上级沟通，解决现时的问题，不给问题留下后患。促使员工学会主动沟通可以通过多种方法实现，提高员工的参与意识，让他们深切感到自己是企业的主人，培养他们的主人翁精神，这样一来，他们在发现问题或有好的意见时会及时报告给管理者。

