

中国私营公司

ZHONGGUO
Siying Gongsi
CHENGONGFANGCHENGSHI

成功

中国的私营公司，在市场竞争的摔打与历练中成长。公司之间的竞争归根到底是公司人力资源素质的竞争，尤其是高层经理人素质的竞争。因此，任何公司要想在竞争中取得优势，形成核心竞争力，必须提高员工的整体素质，尤其是提高高层经理人的职业化能力，这是一种不容回避的必然选择。

李琴英 ● 编著

北京工业大学出版社

追寻私营公司成功者的足迹，借鉴他人成功的经验，改进自己的经营策略，进一步提高自身能力，无疑是有有效提升公司竞争实力的最佳手段。

方程式

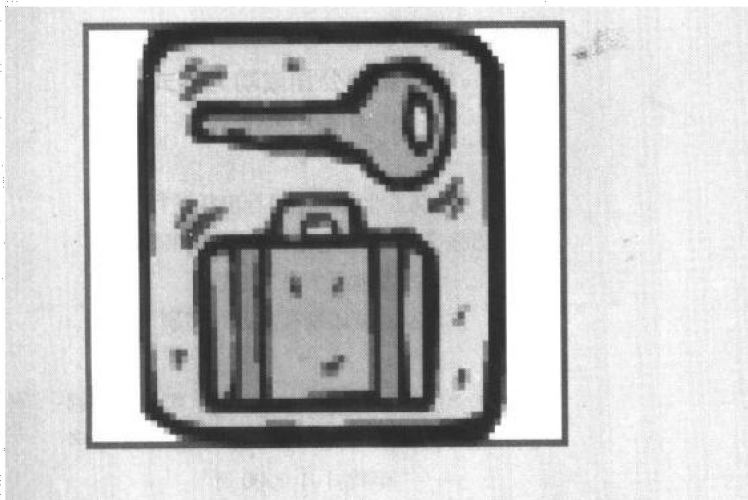
私营公司全书



中国私营公司

成功方程式

李琴英 编著



北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国私营公司成功方程式/李琴英编著. —北京:北京工业大学出版社, 2003.9

ISBN 7-5639-1282-7

I. 中… II. 陈… III. 私营企业-企业管理-中国
IV. F279.245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 083750 号

中国私营公司成功方程式

李琴英 编著

★

北京工业大学出版社出版发行

邮编:100022 电话:(010)67392308

各地新华书店经销

北京秋豪印刷有限公司印刷

★

2003年10月第1版 2003年10月第1次印刷

850mm×1168mm 32开本 16印张 328千字

印数:1~1 0000册

ISBN7-5639-1282-7 F·130

定价:28.00

前 言

创业,有收获与成功的喜悦,也常有风雨相伴。经理人搏击于商海竞技的旋涡,在投资、营销、决策等公司运作经营的每一个环节中,都不免有危机暗伏。市场竞争千变万化,对手的强弱转化也许在瞬间就可完成。

中国的私营公司是在商战的风风雨雨中成长起来的,面对竞争中的升降浮沉,面对商海中的险滩与暗礁,一招进退失据,就可能满盘皆输。公司经营中不可预测的风险与危机,对每一个私营公司的经理人,都是意志、胆识与才智的考验。

中国的私营公司,在市场竞争的挤压与碰撞下,在不同的生存环境中,诞生了一大批“掘到第一桶金”的财富大王,造就了“第二次创业”中成功的盈利高手;但也有一些经理人马失前蹄而壮志未酬,不禁令人扼腕。

失败的公司和管理者大抵情形类似,而成功的公司和经理人各有各的精妙。所以,挖掘他人成功的精妙,准确预测未来竞争中可能出现的困难与危机,从现实与未来的结合出发,从资金运作到市场营销,从管理机制到经营信息,从服务质量到品牌意识,从企业精神到经营观念,从人力资源到领导素质,透彻分析私营公司经营管理的方方面面,探讨经理人在拼搏与奋斗过程中的诸多问题,是《中国私营公司成功方程式》的

精妙所在。相信这本书能为私营公司的老板、总经理和职业经理人们,提供极富价值的思考。

思考只有转化为行动才有意义。只有通过行动,才能减轻与消解危机和压力;也只有通过行动,才能使梦想变成现实。本书为私营公司的经理人指出了经营危机存在的形式与可能,分析了可供采取的行动与策略,提供了应对危机的技巧与方案。

沧海横流方显英雄本色,在风险与危机面前却步,获得的只能是懦弱和失败,而战胜风险,到达成功的彼岸,才能练就经营管理者的胆魄,才能铸就商海英雄之魂。

目 录

第一章 经营理念模式

1. 经营不仅是赚钱	(2)
2. 懂生活才能会经营	(4)
3. 像选丈夫那样选客户	(8)
4. 风雨中这点痛算什么	(10)
5. 珍惜创业的冲动	(13)
6. 假若“末日”来临	(15)
7. 生意场上强者胜	(17)
8. 掌握自己的命运	(19)
9. 不舍小利难取大利	(21)
10. 诚信是万能的	(23)
11. 热门中捕捉灵感	(25)
12. 钻冷门的空子	(28)
13. 卖凉水比挖金子赚钱	(31)
14. “一剑封喉”的绝招	(33)
15. 不怕做不到,就怕想不到	(35)
16. 你中有我,我中有你	(38)
17. 1加1必定大于2	(41)
18. 头脑时刻围着市场转	(43)

19. 没有金刚钻,别揽瓷器活	(45)
20. “远交近攻”的智慧	(48)
21. 打造“全球化”公司	(51)

第二章 营销制胜模式

1. 挡不住的诱惑	(56)
2. 学会“钓鱼”	(58)
3. 亲情感动上帝	(61)
4. 千方百计让你说“是”	(63)
5. 引诱顾客“上钩”	(65)
6. “套住”精明消费者	(68)
7. 我把爱心献给你	(70)
8. 求新求异求双赢	(72)
9. 玩酷伊妹儿	(74)
10. 网上“淘”出亿万富翁	(76)
11. 无限的商机与梦想	(78)
12. 吸引最有钱人的眼球	(81)
13. 你的渠道有价值吗?	(86)
14. 寻找“免费的午餐”	(89)
15. 舍不得孩子套不着狼	(92)
16. 跨越旧思维	(95)
17. 该出手时才能出手	(98)
18. 传统模式魅力不减	(102)
19. 好风凭借力	(106)

20. 怎样让顾客掏腰包?	(109)
21. 冲破价格战的迷雾	(111)
22. 成功营销离不开服务	(115)

第三章 构筑品牌模式

1. 温馨品牌亲情无价	(120)
2. 品牌的神奇功效	(124)
3. 并非新瓶装旧酒	(126)
4. 网络时代竞逐风流	(129)
5. 广告能否一手遮天?	(133)
6. 靓牌子重在经营	(135)
7. 快鱼吃慢鱼	(137)
8. 偏偏喜欢你?	(139)
9. 莫走入“买断”的圈套	(141)
10. 雅芳:女性的朋友	(144)
11. 攻城掠地,无往不胜	(146)
12. 延伸你的竞争优势	(149)
13. 跟着白雪公主走	(151)
14. 妹妹大胆地“往前走”	(154)
15. 为知名品牌打工	(155)
16. 还有什么不能虚拟?	(157)
17. 不求所有,但求所用	(159)
18. 品牌永葆青春的秘方	(161)

第四章 企业文化模式

1. 不是漂亮的花瓶 (166)
2. 共同的价值观 (168)
3. 提倡服从文化 (170)
4. 牛仔裤、可乐与拖鞋文化 (172)
5. 家族公司的优势 (174)
6. 海尔文化走向全球的奥秘 (176)
7. 有家的感觉真好 (179)
8. 君子也言利 (181)
9. 刻出你的鲜明个性 (184)
10. 用制度来保证利益 (186)
11. 以天下为己任 (188)
12. 用素质打造你的团队 (192)
13. 寻求利益的一致性 (195)
14. 不义之财如浮云 (197)
15. 忘我才能有我 (199)
16. 竞争从文化开始 (202)
17. 企业文化也是核心竞争力 (204)

第五章 员工培训模式

1. 把培训蛋糕做大 (210)
2. 构建学习型组织 (212)
3. 培训是艺术,更是实践 (214)

4. 头脑风暴	(218)
5. 甄别真实的需求	(220)
6. 先从培训“教练”做起	(223)
7. 你要用心去感受	(226)
8. “培训奶酪”的难题	(229)
9. 最大的成本是老板无知	(233)
10. 抢在竞争对手之前	(236)
11. 领先一步,至少也要半步	(238)
12. 最好的办法是提升自己	(241)
13. 不断充电	(244)
14. 牵住员工的手	(245)
15. 让人力资本增值	(248)
16. 筑巢引凤恰当用人	(250)
17. 对培训不惜血本	(252)
18. 重学历,更重实力	(254)
19. 谋事在人,成事也在人	(256)

第六章 质量取胜模式

1. 生存还是毁灭?	(260)
2. 无言的结局	(262)
3. 跳不出“帕累托定律”	(264)
4. 不允许有个人“小秘密”	(266)
5. 先进的 TQC 模式	(268)
6. 永不满足的“饥饿精神”	(271)

7. 不要只放“马后炮”	(273)
8. 盯紧关键环节	(275)
9. 市场不相信眼泪	(278)
10. “口碑”的广告效应	(280)
11. 质量里的道德经	(282)
12. 公司的聚合之魂	(284)
13. 用微笑打动人心	(286)
14. “价格屠夫”的经营之道	(289)

第七章 资本运营模式

1. 时髦的名词	(292)
2. 心中永远的痛	(294)
3. 条条大路通罗马	(298)
4. 融资“组合拳”	(302)
5. 激活“休克鱼”	(304)
6. 由小到大	(306)
7. 并非只有一条路	(308)
8. 以柔克刚	(310)
9. 并购战车的“发动机”	(314)
10. 撼动海外资本	(318)
11. 道是无情却有情	(322)
12. “无本买卖”技巧	(323)
13. 风险投资“引狼入室”	(325)
14. 反收购:严防死守	(328)

15. “借壳”上市是妙棋 (331)
16. 成功兼并方略 (333)

第八章 机遇运气模式

1. 成功不是遥远的梦 (338)
2. 抓住机会,一刻也不放松 (341)
3. 以功利的眼光看待机会 (343)
4. 慧眼识金 (345)
5. 该出手时就出手 (348)
6. 在变化中捕捉商机 (350)
7. 爱拼才会赢 (351)
8. 机会只偏爱有准备的头脑 (353)
9. 光有勤劳还不够 (357)
10. 到有鱼的地方钓鱼 (359)
11. 十年磨一剑 (361)
12. 运气来了,挡都挡不住 (364)
13. 与狼共舞共赢 (368)
14. 好的机遇稍纵即逝 (369)
15. 热点就是卖点 (371)
16. 空缺就是赚钱的机会 (373)
17. 得来全不费功夫 (378)
18. 边缘市场策略 (379)
19. 机遇像雾又像风 (382)
20. 吸引猎头公司的眼球 (384)

第九章 科技创新模式

1. 在善变中赢得主动 (388)
2. 墨守成规不是好老板 (391)
3. 技术创新的切入点 (394)
4. 会创新才有资格当企业家 (398)
5. 谁这样做,谁就能赢 (401)
6. 找出真正的根源 (404)
7. 迈不过产权这道坎 (406)
8. 五星级模式 (408)
9. 不经风雨怎能见彩虹 (411)
10. “龟兔赛跑”新解 (414)
11. 想当老板从创新开始 (418)
12. 硅谷模式改变竞争规则 (420)
13. 超前,永远超前 (423)
14. 获得超额利润 (426)
15. 小创新蕴含了大商机 (428)
16. 永不满足的冲动 (430)
17. 与知识“联姻”,就能创出奇迹 (432)
18. “爬南坡”也一样登顶 (434)
19. 众蜂采蜜术 (436)

第十章 特色管理模式

1. 成功者各有各精彩 (440)
2. 管理是严肃的爱 (442)
3. 亲情管理,公司更融洽 (444)
4. 竞争是最佳的激励手段 (448)
5. 高薪刺激要适度 (451)
6. 从正反两方面奖励 (453)
7. 成功属于简洁的管理 (455)
8. 制度比人靠得住 (459)
9. 把经理的椅子靠背锯掉 (462)
10. 资源管理的“木桶理论” (464)
11. 无形之中见有形 (467)
12. 做好你不愿做的事 (468)
13. 高超的艺术——无为而治 (471)
14. 职位管理锦囊妙计 (475)
15. “授权”的内在法则 (479)
16. 把权力交给这样的下属 (482)
17. 怎样进行业绩评估 (485)
18. 知识管理使你赢利翻三倍 (487)
19. 数字化管理新模式 (491)

第一章 经营理念模式



1

经营不仅是赚钱

“我们为什么存在？除了挣钱和获取利润外，我们存在的目的究竟是什么？”要回答这个问题，就是要回答公司的经营理念是什么。

私营公司的经营理念，是一个范围比较广的概念，包括私营公司的经营哲学、经营价值、经营目标 and 公司文化，以及公司精神和公司形象设计等，也指经营法则，它是私营公司求生存、图发展的一些基本原则和思路。作为私营公司，只有理清这些基本思路，才能做到知己知彼，找准市场定位，抓住机会，更好成长。

公司的经营理念，通过公司的 CI 设计、员工手册、规章制度、公司员工的行为规范等一系列措施加以实施，这样才能使公司可持续性地发展。在多数现代化公司，人们常将经营理念称之为公司文化或公司的经营哲学。

公司经营理念的最大作用是，在公司确定的共同目标下，统一整个公司和全体员工的意志，认识到公司的利益大于个人的利益，使大家深化共同的利益和目标，使公司员工能够共存共荣，同舟共济。公司经营理念包括了以下基本内容。

(1) 公司经营环境 包括内部环境和外部环境。内部环

境是指公司成员的工作环境。公司的内部环境要给公司员工一种回家的感觉，公司要为员工创造良好的工作环境，给员工提供成长发展的机会。公司的外部环境也就是公司在社会公众心目中的地位。在招聘会上，如果公司有较好形象，就会吸引大批有才华的人士加入公司的事业；如果产品质地精良，价格公道，给人一种亲切的感觉，就会在顾客头脑中产生较深印象，如此良性循环下去就会创造良好的公司外部环境。无论是公司内部环境还是公司外部环境，它们都来源于公司的经营理念。

(2) 公司经营目标 即确定公司发展方向，这也就决定了公司成员成长和发展的目标。公司有何种目标就决定了公司所形成的经营理念。公司之间做生意，同人与人之间打交道的道理一样，老板们也爱和有远大目标的公司打交道，因为它靠得住。然而，公司目标不是光喊口号，不是靠领导反复宣传就能变成现实的，公司是否值得信赖，关键是看它是不是在为远大目标做准备，是不是在全力培养员工，是不是在不断设计和推出产品，是不是在不断地塑造公司形象，特别是公司在社会上的形象。这样公司才能在员工、同行和公众心目中树立良好的形象，才值得信赖。

(3) 公司的价值观 公司能否立足于社会取决于其对社会的贡献大小，比如制药公司满足人们治疗身心疾病的需要，咨询公司满足人们对知识和智慧的需求等。公司要对自己问的第一个问题就是：“我对社会有什么价值？”有人说，公司的价值就是赚钱，但细想起来，你要赚钱，就