



哈佛管理全集

A COMPLETE WORKS OF HARVARD MANAGEMENT

哈佛经典案例全集

**A COLLECTION
OF HARVARD CLASSICAL CASES**



美国职业经理人培训协会

American Professional Managers Training Union



香港人力资源管理协会

Hongkong Human Resource Management Union



《哈佛管理全集》编委会

Editorial Board of A Complete Works of Harvard Management



中国标准出版社



哈佛管理全集

A COMPLETE WORKS OF HARVARD MANAGEMENT

哈佛经典案例全集 ①

A COLLECTION OF HARVARD CLASSICAL CASES



美国职业经理人培训协会

American Professional Managers Training Union



香港人力资源管理协会

Hongkong Human Resource Management Union



《哈佛管理全集》编委会

Editorial Board of A Complete Works of Harvard Management



中国标准出版社

图书在版编目(CIP)数据

哈佛经典案例全集/崔国旗 黄森 郭东日 王生平主编

-北京 中国标准出版社, 2004.2

ISBN 7-5066-2787-6

I.哈… II.①崔… ②黄… ③郭… ④王… III.企业管理-案例分析 IV.F272.92

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第117722号

哈佛经典案例全集

出 版: 中国标准出版社(北京复兴门外三里河北街16号)

邮 编: 100045

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市后沙峪印刷厂

开 本: 787×980毫米 1/16

印 张: 150

彩色插页: 8页

版 次: 2004年2月第1版 2004年2月第1次印刷

字 数: 2038千字

印 数: 1-1000

书 号: ISBN 7-5066-2787-6/F·091

定 价: 880元(全五卷, 含电子卷)

版权所有 侵权必究 010-86985999

哈佛管理全集

编委会

总主编 朱福堂 崔国旗 王生平

副总主编 黄森 王衍行 庞有涛 雷广平 刘鹏生

编委 (以姓氏笔画为序)

王生平 王衍行 艾方兴 石晶莹 刘珍 乔万旺

刘彩云 刘鹏生 朱福堂 乔慧存 李世银 李更义

李明奎 孟庆吉 杨月进 庞有涛 郑洪平 姚旭

赵武 姚根兴 郭东日 徐义国 徐敬人 黄森

崔国旗 梁建华 靳元 雷广平 翟天津 韦梁辉(澳)

策划 鲍·弗斯特(英) 李平

英文翻译 赵永秀 李添龙 翟天津

《哈佛经典案例全集》编委会

主编 崔国旗 黄森 郭东日 王生平

副主编 谢胜 梁冬梅 艾方兴 刘鹏生

编委 (以姓氏笔画为序)

王生平 王培虎 艾方兴 石晶莹 邓刻忠 朱卫平

匡仲潇 朱昊 刘虎 朱晓艳 刘鹏生 李添龙

张晶 张秀敏 张道生 李柳静 邢海铃 陈文锋

林竹 杨春 杨博 郑滢 姚旭 赵锦君

赵继萍 郭东日 阎会心 徐兆明 黄森 崔国旗

梁海峰 陶咏梅 符瑞阳 曹利莎 谢胜 梁冬梅

前 言

它山之石，可以攻玉。

人类历史的脚步已经跨入21世纪。当前，一个引人注目的趋势性事态正在发展：人类正在为迈向信息时代而进行科技知识和经济实力作准备，在一些高技术发展的前沿地区和国家里同样也在为这一新时代的到来做认真的准备。在这个新时代表里，管理这门软科学日益成为决定企业生死存亡的关键因素。可以说，21世纪的成功企业，是新的思想观念、方式、行为态度的全面组合。

现代企业的成功是很多因素共同作用的结果。我们可以列举许许多多成功的因素，例如人才、技术、资本、信息、产品、竞争、合作、企业精神、企业文化、优秀的管理者、营销、名牌、商誉等等。但将这些因素稍加整理和分析，便可发现它们无不与管理息息相关，或者说，它们本身就是管理的核心内容之一。为了帮助国内企业的决策者和管理者掌握西方先进的管理理念和管理方法，改进他们的思维结构和知识结构，帮助他们建立适应全新企业环境的经营管理理念，提高他们的管理素质和决策能力，我们邀请了国内外从事企业经营管理，尤其是具有西方管理理论和管理实践的资深专家编写了这套《哈佛管理全集》系列丛书。本丛书共分六部，包括《哈佛管理新概念全集》、《哈佛管理培训全集》、《哈佛经典案例全集》、《哈佛管理制度与表格》、《哈佛经理手册》和《哈佛管理百科全书》。

《哈佛管理全集》所传播的管理思想主要体现在以下几个

方面：第一，过去资源代表力量，现在知识代表力量；第二，过去的企业是当地的、区域的、国家的，现在的企业是全球的、网络的；第三，过去管理者命令、控制，现在管理者授权、训练；第四，过去管理者是领导者，现在管理者是推动者；第五，过去注重股东的利益，现在注重职业经理人的利益；第六，过去的企业是目标导向，现在的企业是远景导向；第七，过去企业组织是阶层制的，现在企业组织是扁平式的。

中国加入WTO，所有的企业都面临着激烈的市场竞争。中国企业的决策者和管理者必然地要在这新的社会环境、市场条件下接受挑战。他们必须高瞻远瞩，站在新的国际经济高度俯视社会，了解市场，重新整合企业组织。这就要求他们要有全新的管理理念、全新的管理手段和全新的管理方法，以带领企业在激烈的市场竞争中取胜。

当今社会，管理已经成为企业发展的关键，中国企业的决策者和管理者也不断提醒自己——向管理要效益。管理已成为新经济时代企业生存和发展的利器。所以，编撰和出版一部《哈佛管理全集》是非常必要和及时的，它必将为中国的现代企业管理带来积极的社会效益和可观的经济效益，催生出更多的职业经理人，同时也必将对中国的经济腾飞起到有力的推动作用！

《哈佛管理全集》具有以下特点：

第一，结构布局科学、合理。现代企业管理科学涵盖面很广，凡是与企业经营管理活动有关的研究，无论涉及人员、资金和财务的管理，都属于企业管理科学的范畴。本丛书并不包罗企业管理的所有科目，而是以清晰、严密的逻辑结构，从现代企业管理中精选出最核心、最重要、最应掌握的选题，力求用尽量简洁的结构和篇幅，容纳、传递尽量多的知识和技能。

第二，内容精炼、务实。本丛书各部分内容处理上强调了两个特点。其一是针对性。丛书把主要读者群定位于企业的决

策者和管理者，促进他们建立现代管理理念，提高决策素质。因此在内容上进行了适当取舍，突出基本决策原理和思考方法的主线，使读者收到事半功倍之效。其二是务实性。编者广泛参阅了西方国家最新的管理理念和管理文献，吸收了最新的研究和实践成果，同时又充分注意结合中国实际情况。本丛书不是直接引进或简单介绍西方管理经验，而是以企业决策者和管理者乐于接受的逻辑结构、思维方式和语言习惯，精炼地整合有关内容，引导读者对有关问题进行科学的分析和决策。

《哈佛管理全集》在介绍哈佛管理的内核真义时，注重深入浅出和简洁实用，避免和排斥任何繁琐的学究式的高深，使读者在学习过程中，学会和掌握：巧妙处理问题和解决问题的能力；适应企业经营管理复杂环境的应变能力；根据企业经营管理理论最新进展和站在管理实践前沿的创新能力。

《哈佛管理全集》汲取和融汇了哈佛管理精髓，并借鉴大量哈佛管理经典案例，以期详尽、真实的反映案例教学方法，为企业决策者和管理者提供制定各种决策方案的工具和框架，培训和强化企业决策者和管理者，尤其是高层企业决策者和管理者的管理方法和管理技能。

《哈佛管理全集》正是通过其科学的理论原理和操作方法，系统地提升企业决策者和管理者的经营管理水平，为现代管理效力。本丛书在编撰过程中，注重了视角的新颖性、内容的时代性和科学性及应用上的可操作性。我们相信《哈佛管理全集》对我国新世纪工商管理界领导者和精英一定会起到有益的借鉴作用。同时，对促使国际先进管理经验进行本土化改造具有很高的实用价值和借鉴意义。

本丛书在编辑过程中，参考了大量的学术专著，对其其中的一些新颖的、有益的观点进行了一些借鉴和引用。同时也得到了北京大学、清华大学、中国人民大学、中国企业管理协会等

单位的专家、教授的大力支持和帮助，在此一并表示衷心的感谢！

最后，祝每位读者借此书能够成为一名优秀管理者，出色的领导人！借此书能够登上总经理宝座！

《哈佛管理全集》编委会

总目录

General contents

第一篇 企业战略管理经典案例

第一章	战略管理总论	(3)
第二章	企业战略分析	(47)
第三章	企业战略规划	(97)
第四章	企业战略选择	(143)
第五章	企业战略实施	(185)

第二篇 管理决策经典案例

第六章	管理决策总论	(249)
第七章	决策选择与决策程序	(265)

第八章	战略性决策	(289)
-----	-------	-------

第三篇 人力资源管理经典案例

第九章	员工选聘	(313)
第十章	员工培训	(406)
第十一章	员工激励	(563)
第十二章	薪酬设计	(633)
第十三章	绩效管理	(687)
第十四章	留住人才	(759)

第四篇 企业营销管理经典案例

第十五章	营销环境分析	(877)
第十六章	营销策略	(979)
第十七章	营销模式	(1059)
第十八章	营销通路	(1213)
第十九章	客户管理	(1805)

第五篇 企业品牌管理经典案例

第二十章	品牌定位与设计	(1373)
第二十一章	品牌宣传与推广	(1459)
第二十二章	品牌更新与延伸	(1523)
第二十三章	品牌危机与保护	(1595)
第二十四章	品牌资产与评估	(1653)

第六篇 企业财务管理经典案例

第二十五章	采购与财务管理	(1699)
第二十六章	生产与财务管理	(1739)
第二十七章	销售与财务管理	(1771)
第二十八章	筹资与财务管理	(1803)
第二十九章	投资与财务管理	(1875)
第三十章	经营与财务管理	(1931)

第七篇 企业资本运营经典案例

第三十一章	企业资本运营总论	(1989)
-------	----------	--------

第三十二章 资本周转与积累 (2015)

第三十三章 企业兼并与收购 (2045)

第三十四章 企业分立与出售 (2119)

第八篇 生产作业管理经典案例

第三十五章 生产作业管理 (2141)

第三十六章 生产现场管理 (2193)

第三十七章 生产品质量管理 (2233)

第三十八章 生产安全管理 (2301)

General contents

Chapter 1

Classical Cases of Corporate Strategy Management

Section 1 General Survey of Strategy Management

Section 2 Analysis of Corporate Strategy

Section 3 Layout of Corporate Strategy

Section 4 Selection of Corporate Strategy

Section 5 Implementation of Corporate Strategy

Chapter 2

Classical Cases of Management Decision-making

Section 6 General Survey of Management Decision-Making

Section 7 Decision-making Selection and Decision-Making

Procedure

Section 8 Strategic Decision-Making

Chapter 3

Classical Cases of Human Resource Management

Section 9 Recruitment of Employees

Section 10 Employee Training

Section 11 Employee Incentive Plan

Section 12 Compensation and Benefit

Section 13 Performance Management Retention of Talents

Chapter 4

Classical Cases of Corporate Marketing Management

Section 15 Analysis of Marketing Environment

Section 16 Marketing Strategy

Section 17 Marketing Mode

Section 18 Marketing Channel

Section 19 Customer Management



Chapter 5

Classical Cases of Corporate Brand Management

- Section 20 Brand Orientation and design
- Section 21 Brand Publicizing and Promotion
- Section 22 Brand Updating and Extension
- Section 23 Brand Crisis and Protection
- Section 24 Brand Asset and Evaluation

Chapter 6

Classical Cases of Corporate Finance Management

- Section 25 Purchasing and Finance Management
- Section 26 Production and Finance Management
- Section 27 Sales and Finance Management
- Section 28 Financing and finance management
- Section 29 Investment and Finance Management
- Section 30 Operation and Finance Management

Chapter 7

Classical Cases of Corporate Capital Operation

Section 31 General Survey of Corporate Capital Operation

Section 32 Capital Turnover and accumulation

Section 33 Corporate Merger and Acquisition

Section 34 Corporate Schism and Sale

Chapter 8

Classical Cases of Production Task Management

Section 35 Production Task Management

Section 36 Production Site Management

Section 37 Production Quality Management

Section 38 Production Safety Management

目 录

contents

第一篇

企业战略管理经典案例

第一章 战略管理总论

第一节 企业战略涵义	5
第二节 企业战略特征	13
第三节 企业战略管理过程	15
◇实用案例1	
索尼：为何你的品牌套路开始失效	19
◇实用案例2	
麦当劳：有效实施管理控制	24
◇实用案例3	
古井酒厂：实施PPSP战略	28