

《定战略》

图书基本信息

书名：《定战略》

13位ISBN编号：9787801972088

10位ISBN编号：7801972082

出版时间：2005-5

出版社：企业管理出版社

作者：贾永轩

页数：358

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《定战略》

内容概要

《定战略》有三定问题：定方向、定目标、定方法：

定方向：定方向就是确定企业的发展方向，企业方向包括领域方向、地域方向、时域方向、位域方向等，这四个战略方向构成了“企业四维战略地图”。定方向的关键就是在这四维战略地图中确定自己的组合方向。定方向是路线问题、战略问题，路线错误是最大的错误，战略失误是最大的失误。南辕北辙无异于缘木求鱼，它不仅会丧失您的金钱、时间，更会使您丧失信心、失去元气、丢掉人气。

定目标：定目标就是确定企业的发展目标，企业目标包括做大的规模目标、做强的竞争目标、做长的寿命目标。“做大、做强、做长”是每一个企业梦寐以求的理想，但恰恰是太多企业长不大、做不强、活不长。定目标的关键是做大、做强、做长的“三大组合战略目标”，而不是单一目标。因为，做大并不等于做强，做强并不等于做长，我国企业现阶段的目标应该是在追求基业常青的基础上图大求强。

定方法：定方法就是确定企业的发展方法。企业成长方法包括科技进步法、管理升级法、产融结合法、核心能力法。做大、做强、做长是每一个企业的梦想与追求，但是如何做大、做强、做长，如何竞争制胜才是企业的根本问题。迈克尔·波特从一般竞争战略的角度提出了总成本领先、差异化、聚焦化竞争方法；我从中国战略竞争实现方法的角度提出了科技进步法、管理升级法、产融结合法、核心能力法，即企业依靠科技进步、管理升级、产融结合、核心能力把企业做大、做强、做长。我们认为企业战略方向、战略目标，还必须用“四大战略支柱”的方法来实现。

定方向就是确定干什么不干什么的问题。定方向是前提，没有方向就是无头的苍蝇，定方向就是持续，朝三暮四难以成就企业大业，毛泽东说“路线是个纲，纲举目张”。定目标是企业追求，要干成什么样的问题。您是小富即安、还是图大求强；您是朝三暮四、还是基业常青；您是自我实现，还是“敬业报国”、“以民族昌盛为己任”。我说“心有多高、天有多阔、业与心齐”。定方法是手段、方法、策略问题，是怎么干的问题，即在路线方向既定，目标追求既定的情况下，如何实现、执行、竞争制胜的问题，如何做大、做强、做长的问题。所以，干什么（定方向）、干成什么样（定目标）、怎么干（定方法）结合起来就是定战略的三定问题，这三者互为依托、互相影响、互相作用。

本书用“四维战略地图”来定方向，用“三大战略追求”来定目标，用“四大战略支柱”来定方法，把方向与方法、目的与目标、战略与策略紧密地结合起来，系统思考、系统解决、系统定战略。

作者简介

贾永轩，企业战略管理顾问、营销管理顾问、投资银行顾问、绩效价值管理顾问，曾任数家实业集团高级经理，现任北京某管理咨询有限公司总经理，中国发展战略学研究会特约研究员、中国改革开放论坛理事、中国管理科学学会咨询委员会理事。

贾老师长期致力于企业战略管理、营销管理、绩效管理、投资银行管理的实践、研究与咨询，能有效地将产业经营、产品经营与资本运营相结合，为企业提供发展战略咨询、营销管理咨询、绩效管理咨询和投资银行服务，属于理论与实务紧密结合型高级咨询顾问。

贾老师在《中国企业家》、《中华工商时报》、《中国改革报》、《中国建设报》、《中国劳动报》、《汽车工业研究》、《时代财富》等专业媒体杂志上发表发表有关战略、营销、投资管理的论文数十篇，主要有：《产权制度与经济体制》、《汽车销售流通体系研究》（国家重点课题专家组组长）、《跨国汽车公司逐鹿中国汽车市场》、《专业化、多元化与核心竞争战略》、《企业战略管理与战略咨询》、《论咨询力、执行力与成效力》、《产业集团购并金融资本》、《BOT：国际投资融资新方式》、《以金融方式进入500强》、《从做大做强做长角度看青啤兼并重组》、《发展投资基金，加强基金监管》等多篇；已经出版战略与营销方面的书籍有：《企划人实战手册》（合编）、《营销战略策划》（主笔）、《营销网络设置与管理》（主编）等。同时是《海尔的企业战略》、《海尔的管理模式》、《海尔的营销策略》、《海尔的人力资源管理》海尔研究书系评议人。

贾老师在国家经贸委、信息产业部、科技部组织的面对500家国有重点企业和120家集团的“企业信息化工程”活动中巡回演讲；曾为北大、人大等高校研修班及中国企业家世纪论坛专题主讲；在北京、天津、上海、广州、昆明、西安、青岛、石家庄等地的多种场合主讲战略管理、营销管理、人力资源管理与绩效管理培训课程。

贾老师还曾为一汽集团、山东鲁能、天润集团、首汽股份、新龙股份、康惠股份等多家集团企业提供战略管理咨询、营销管理咨询、绩效价值咨询和投资银行服务。

《定战略》

书籍目录

第一部分 定方向（四维战略地图）第一章 领域战略 第一节 产业结构演进战略 第二节 产业领域选择战略 第三节 产业领域组合战略第二章 地域战略 第一节 全国化战略 第二节 国际化战略 第三节 长虹的地域发展战略第三章 时域战略 第一节 时机战略 第二节 时段战略 第三节 寿命战略第四章 地位战略 第一节 主导者地位战略 第二节 挑战者地位战略 第三节 跟随者地位战略 第二部分 定目标（三大战略追求）第五章 做大的目标 第一节 大的规模与标准 第二节 为什么要做大 第三节 做大的四大策略第六章 做强的目标 第一节 强的强度与标准 第二节 做大与做强 第三节 如何做强六要素第七章 做长的目标 第一节 长的长度与标准 第二节 百年畅想—25年VS百年 第三节 如何做长的八大基因第三部分 定方法（四大战略支柱）第八章 科技进步战略 第一节 科学技术是第一生产力 第二节 科教兴国战略 第三节 科技兴企战略第九章 管理升级战略 第一节 企业成长周期与管理升级 第二节 中国企业最需要管理而又最缺乏管理 第三节 索荣三六九管理战略模式第十章 产融结合战略 第一节 产业经营与资本运营结合 第二节 产业资本与金融资本融合 第三节 德隆“整合”的兴衰第十一章 核心能力战略 第一节 核心能力 第二节 核心能力构建与管理 第三节 佳能公司的母合优势附录：中华定战略之经典名作 一、诸葛亮的“隆中对” 二、孙子的《孙子兵法》 三、三十六计

《定战略》

媒体关注与评论

我有两个工作：一个我是董事长，就是我要确立GE的目标，制定GE的策略，一个我是CEO，我的另外一个主要责任就是要对业务经营负责。——通电气公司董事长兼CEO 伊梅尔特 联想管理三要素：建班子、定战略、带队伍。——联想控股董事局主席 柳传志 我在海角的角色定位：一是扮演设计师，制定发展战略，对企业进行战略管理；二是扮演牧师，像牧师布道一样，把企业文化渗透到每个员工的头脑中去。——海尔集团首席执行官 张瑞敏 不管是站在全球大背景上思考，还是站在中国本土市场上剖析，一个企业要发展就必须定战略。如果战略定得不准，方向不清晰，我们往往会走得很弯路甚至走回头路。——东方集团董事局主席 张宏伟 战略管理就是做对的事和把事做对，做对的事就是定战略，把事做对就是重执行，做对事与把事做对的关键是要看结果。因此，简单地说战略管理就是定战略、重执行、看结果。——北京索荣管理咨询有限公司董事长 贾永轩

《定战略》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com