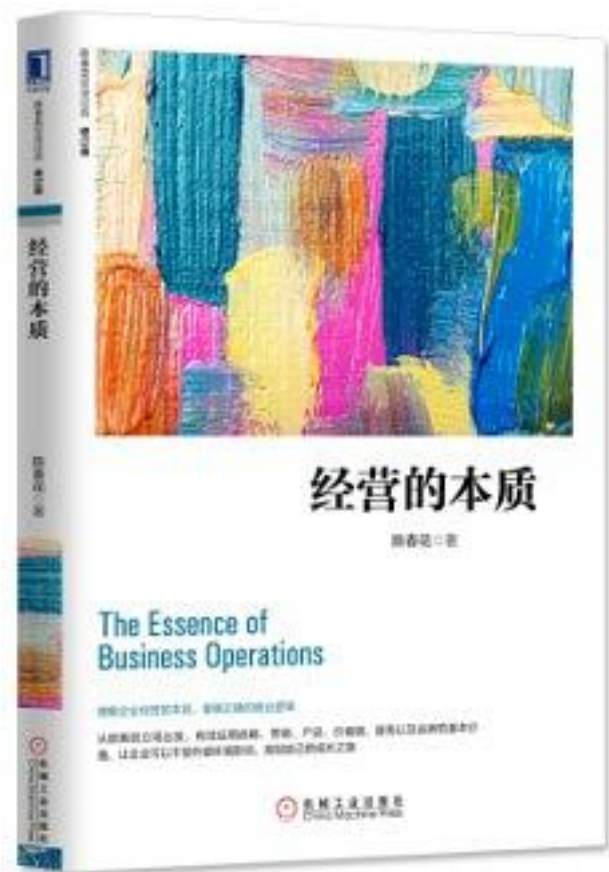


经营的本质（修订版）



[经营的本质（修订版）_下载链接1](#)

著者:陈春花

出版者:机械工业出版社

出版时间:2016-10

装帧:平装

isbn:9787111549352

科技的高速发展、外部经济环境的变幻莫测被认为是我们这个时代影响企业经营的关键因素，然而总是有一些优秀的企业家和经理人，可以帮助企业实现年复一年的盈利和增长。他们从来都关注那些最基本的要素，从来都可以回归到基本层面上做努力，这也正是他们取得成功的秘诀。这些成功的秘诀正是规律性的认知，是有关“经营的本质”的判断与行动。

企业活动中的一些普遍规律可以帮助我们化繁为简，透过复杂的商业现象找到企业经营中的基本要素，并让公司里的每个人都能理解这些最基本的要素，从而使他的行动与这些最基本的要素相关。如果能够做到这一点，每个人都会感到公司经营的这些基本要素与他的工作息息相关，并从中获得较大的成就感和满足感，而公司也会因此获得盈利性的成长。

经营的基本元素只有四个：顾客价值、合理成本、有效规模、深具人性关怀的赢利。每个人都可以掌握这四个最基本的要素，并且可以培养自己沿着这四个要素做出选择和判断的思维习惯。所以对于战略、营销、产品、价值链、服务、品牌本质的认识，都是基于对这四个基本元素的理解。《经营的本质》想告诉读者的是：企业经营活动遵循着自己的本质规律，一旦掌握了这些基本规律，企业就掌握了应对不确定性和变化的能力。

作者介绍:

陈春花

北京大学国家发展研究院教授，华南理工大学工商管理学院教授。先后出任新希望六和股份有限公司联席董事长兼首席执行官，山东六和集团总裁。

目录: 总序 比使命更重要的是行动

序 经营的逻辑

第1章 经营的基本元素001

顾客价值003

有竞争力的合理成本 015

有效的规模 026

深具人性关怀的盈利036

第2章 战略的本质050

企业之殇与战略思维052

中国企业缺失了什么057

战略思维及其逻辑061

被重新创造的商业世界070

战略务本 操作务实078

第3章 营销的本质094

理解消费者096

营销战略就是在合适的时间做合适的事情107

理解文化营销115

营销的起点与终点125

第4章 产品的本质131

产品是企业生命与品牌载体 133

产品意图139

产品承载“精神” 144

第5章 服务的本质152

服务认知154

服务的真谛159

免费服务的模式对吗164

从理念到行动173

第6章 共享价值链182

战略的全新出发点184

渠道价值的本质188

协作效应209

第7章 品牌的本质217

品牌是顾客体验的总和218

中国企业的品牌能力224

品牌构建的环境233

结语 谁会被抛弃244

注释249

• • • • •

([收起](#))

[经营的本质（修订版）_下载链接1](#)

标签

管理

陈春花

商业

经营的本质

经管战略

A陈春花

经营管理

经典

评论

厉害

全书的展开逻辑一直在围绕客户价值和价值链价值两个观点展开，阅读过程中有车轱辘话来回说的论述之感。可能是由于本书写作时间较早，提及的这两个观点在当下已经普及，书中的案例也较为陈旧且无详尽分析，故没有太多新意之处，全书较为空洞，读感

一般。

非常好。入门级别的书，非常适合管理新手。

第一次接触经营管理类书籍，比较有收获，知道公司经营的本质是什么，以及常见的错误，启蒙用，工作中对于顾客价值和合理成本可以应用

原来我看的是修订版～

客户为中心；产品 服务的深化认识；例子有点老，但认知上有帮助。
重度服务很重要。

读完电子书，准备二刷纸质书，信息量庞大。

中间有一部分关于营销、产品和服务收获比较大，前后部分太像大学老师的讲义，不看吧怕错过内容，看吧又没啥可看。

读花姐的书就是我反思的过程。

企业只有一个立场，就是顾客立场。第5、6、7章比较精彩。

陈教授可能没真正经验，可能没有想清楚。本书就是各种二手故事的汇编，被勉强放在一起，翻来覆去得讲，且没有实际信息。浪费了她的名声和本书的封面外观
<https://book.douban.com/review/9420957/>

挺枯燥，抽象概念化。但陈春花关于战略品牌营销服务的认识的确很本质，很哲学

我们的产品是什么？我们创造的顾客价值是什么？

需要反复读的一本书

这本《经营的本质》（2019年修订版，首次出版是2016年）可以作为经管类丛书的入门，针对经营、战略、产品、服务、营销、品牌六大方面建立基础认知。“顾客价值”可谓是本书的“高频词汇”，贯穿六大章节，足见当下无论是经管、品牌，还是营销的前沿理论都是“以人/顾客为本”。但书中的理论不够系统、深入，且引用的部分案例有些过时，多以制造业为主。不过200多页的一本书要想详尽说明所有知识点的确有些为难。

管理的四个因素：顾客价值，合理成本，有效规模，有社会关怀的盈利
做了思维导图，以后要常常拿出来思考

后两章越写越虚。其实任何一章都可以展开一本书来讨论，这里只作概念、界定和通俗易懂的举例论证。经营的本质，顾客价值、成本、规模和盈利。本书为我建立了比较透彻的顾客价值的创造
来源于价值链的创造和贡献。而我们不是简单去组合价值上的上下游而攫取利润，而且共同成长、 $1+1>3$ 地贡献，从而可以分享价值链价值。

把顾客价值、规模、成本、盈利四个关键面都加上了特别到位的定语。仅此一点，就值得读啦。

企业经营方面的书，给了我一些新的角度

春花老师的第二本书。唯有读书的时候才有一种超脱于世的状态，任你红尘滚滚，我自来去匆匆。工作以后读书的时间越来越少，但是也还是会努力抽出时间来多看看经典的

作品。很多时候，站位决定了我们视野的局限，但没办法决定思维的高度。了解经营的本质，从你的位置上更好的支持和帮助经营目标的实现。

[经营的本质（修订版）](#) [下载链接1](#)

书评

我对陈老师一向是非常尊敬的，之前看她写的《回归基本面》、《管理的常识》，都深有启发。但这次阅读《经营的本质》，颇感失望，这本书没有达到揭示“经营的本质”这一目标。举例来说吧：- 首先，四要素缺乏明确的定义。其中，首要的要素“顾客价值”甚至...

在管理学没有成为一门学科之前，社会上确实存在着经营学。经营学大多数是从经营实践中总结出来的，没有明确的规律可循，全凭实业家的言传身教，因此，经营学有说教的成分，有非常独特的感性色彩。经营哲学看似把经营学上升到理论层次，但是难以脱离形而上学的窠臼。经营哲...

这本书的名字很朴实，简练，蕴含的力道很遒劲，但内容很苍白，咱也不用像陈教授一样有挑选性的举几百个例子来佐证自己的观念，简单一点，就是很水。陈教授希望自己的这本书，能像书名一样，从华南的优秀企业家群体，一直忽悠到全国，用自己数十年浸淫教学场所和流于形式、肤浅...

4年前出版的书，案例明显已过时。到最后，我也不明白经营的本质是什么。按照陈老师的观点，经营的四元素为：顾客价值、成本、规模和赢利。基于以上元素，有几点思考，总结如下：

1、战略是一种选择，战略决定命运。一个企业最重要的是战略思考（选择），其次是管理思考（解决问...

观点不错，值得学习。挖掘客户价值，而不是一味的缩减成本，压缩员工工资。激发一线员工的热情与潜力。管理者要有远见。供应商展示网页。规模并不是越大越好。繁琐的流程会影响效率，所以要简化，简化。。

经营的本质就是一切源于客户的价值创造，这也是本书最为强调的一个观点。陈春花老师是一位集教授、总裁、作家于一身的魅力女性。三年多前邀请她给全省移动老总讲课，当时第一次当面交流，感受到她外有亲和力内有精气神。言谈举止中表现出一种女性特有的自信气质，让人由...

[经营的本质（修订版） 下载链接1](#)