

# 中国老板沉思录



[中国老板沉思录\\_下载链接1](#)

著者:魏开永

出版者:华中科技

出版时间:2010-6

装帧:

isbn:9787560960968

《中国老板沉思录》精选现当代最杰出的44位华人企业家（其中中国大陆企业家都是改

革开放以后创业、崛起的) · 分析他们能够成为各自领域的旗帜人物的最成功的关键因素, 内容涵盖了创业精神、经营理念、资本运作、商战智慧、品牌推广、营销攻略、人才使用、质量控制、渠道建设、企业家精神等各个方面, 并以这些成功企业家的真实经历和聪明智慧为基础。进行深入剖析, 为读者提供了一场关于中国企业家智慧的饕餮盛宴。

作者介绍:

魏开永, 北京传福品牌策划有限公司

总经理历任: 陕西新大陆集团副总经理(西安/成都/海口) 负责集团品牌管理与战略, 实施房地产行销策划, 昆明风驰传媒集团董事会秘书兼总裁助理; 负责公司上市运作及与李嘉诚旗下TOM集团公司并购全案执行, 昆明池洋企业管理咨询有限公司总经理  
咨询客户数十家, 涉及房地产、酒店管理、能源(电力)及旅游等, 北京唐码(TOM)国际广告有限公司总经理等。

目录: 中国老板沉思录第一章 员工比钱更重要 第一节: 不用考虑, 员工比钱更重要  
第二节: 我们这里没有精英 第三节: 价值观的独特见解  
第四节: 从整体团队来看第二章 懂得分享, 造就更大的成功  
第一节: 一个好汉三个帮, 力量体现于集体 第二节: 性格也是一种管理策略  
第三节: 团队创业团队分红, 俞敏洪的糖纸理论  
第四节: 用人所长容忍所短, 管理者的心胸 第三章 按才能论处, 体现自我价值  
第一节: 家族管理, 用人需思考 第二节: 内部之中寻贤才, 本土要“清一色”  
第三节: 寻根揭底, 人才流动应挽留  
第四节: 让管理变得活起来, 在“进化”中调整第四章 联想教父, 先管理自己  
第一节: 伟大者在于管理自己 第二节: 年轻人更能体现自我价值  
第三节: 物质更能体现价值 第四节: “裁缝师”的硬道理  
第五节: 在赛马的时候寻求千里马 第六节: 身先士卒是必要的手段第五章  
狼性总裁的“军魂”精神 第一节: 站在拥戴与膜拜之间  
第二节: 军事化与人性化的融合 第三节: 管理者的招数, 请洋和尚念经  
第四节: 提拔谁? 接班人在哪里第六章 打造百年蒙牛 第一节: “三步走”方针  
第二节: 虚拟经营的策略 第三节: 坚持走专业化道路  
第四节: 打破常规, 在娱乐中营销 第五节: 蒙牛也航空第七章  
玉柱擎天, 最成功的失败者 第一节: 不离不弃, 亲情管理  
第二节: 给员工画饼, 力推“所有制改革” 第三节: 改革——“要我干”变“我要干”  
第四节: 逆境加薪, 创造奇迹第八章 成为“唐僧”, 刚柔并济的管理之道  
第一节: 唐僧的管理之道 第二节: 初雏者, 潜力股诞生在校园  
第三节: 换位思考, 我是员工, 也是总裁 第四节: 另类激励法——股权激励机制第九章  
海尔之道 商战中的儒家风范 第一节: 人人平等, 在这里的都是人才  
第二节: 用心去感化, 充满人情味的管理 第三节: 伯乐不拘, 相马与赛马何取?  
第四节: “三真言”——用人要疑, 疑人要用, 敢用疑人  
第五节: 非“空降兵”的“1+1+N”模式第十章 “超越”氛围, 培养出自由价值的自己  
第一节: 剑走偏锋, 管理需变革 第二节: 和谐的团队需要精诚的合作  
第三节: 这一刻, 从感动开始 第四节: 管理者与员工的距离要“零化”  
第五节: 让文化去激发团队的潜力第十一章 营销战略, 打造家电帝国  
第一节: 关键在于提升营销力 第二节: 人进我退, 开设专卖店的学问  
第三节: 捆绑经销商, 突破极限 第四节: 高尔夫营销战略第十二章  
蝉联13年的空调销售冠军——格力 第一节: 得渠道者得天下  
第二节: 先付款后发货的销售制度 第三节: 返利策略, 一石四鸟  
第四节: 格力的直销模式第十三章 向国际化进军, TCL与鹰之道  
第一节: 逆水行舟, 坚定不移 第二节: 在理想与现实中煎熬 第三节: 柳暗花明获重生  
第四节: 成败得失一瞬间 第五节: 厚德载物, 声名远播第十四章 “技术狂人”王传福  
第一节: 技术派的胜利 第二节: “技术狂人”构筑核心技术

第三节：技术为王，创新为本 第四节：以技博天下 第十五章 运筹帷幄，成败于已  
第一节：双向沟通，互动管理 第二节：海纳百川，厚待人才  
第三节：知人善任，各尽所能 第四节：沧海横流，诚字为本  
第五节：静以修身，俭以养德 第六节：低调做人，清誉至上 第十六章  
中国汽车自主研发的旗帜——奇瑞 第一节：“奇瑞”的诞生，风云震撼上市  
第二节：自主开发、自主品牌 第三节：奇瑞的创业从发动机开始  
第四节：实现了“中国制造” 第十七章 路在脚下，梦在延伸  
第一节：家族企业带来的伤痛 第二节：咬牙割疮  
第三节：按规矩办事，举贤不避亲 第十八章 万科独特先进的企业治理战略  
第一节：“股份化”改造 第二节：清晰的股权治理结构 第三节：职业经理人的制度化  
第四节：股权激励战略 第十九章 宗庆后成功的营销经验  
第一节：娃哈哈制胜法宝——网络联销体 第二节：发动“蜘蛛战役”  
第三节：广告造势 第四节：抢占“一线市场” 第二十章 经营之“神”王永庆  
第一节：互利双赢，好处多多 第二节：降低成本是关键 第三节：商机不容错过  
第四节：接近顾客的秘诀 第五节：君子爱财，道德为上 第二十一章  
“分众”的创意时代 第一节：镣铐下的舞蹈 第二节：创意绝非妙手偶得  
第三节：不按常规出牌 第四节：创意面前的不平等 第二十二章  
鸿海集团：扎根中国、全球运筹 第一节：扎根大陆 第二节：开拓国外市场  
第三节：随IT大厂走遍世界 第四节：建立全球运筹系统 第二十三章 搜狗的推广艺术  
第一节：牵手世界小姐 第二节：美女与野兽的登山组合 第三节：联手奥运  
第四节：搜狗VS超级女生 第二十四章 务实营销潘石屹 第一节：宣传永远是第一位  
第二节：搭奥运的便车 第三节：借力造势 第二十五章 QQ的上市策略  
第一节：万事开头难 第二节：一鸣惊人现香江 第三节：风云变幻，市场如战场  
第四节：山重水复，再领风骚 第二十六章 刘永好的经营之道  
第一节：刘永好谈经营之道 第二节：品牌是企业之本 第三节：投资西部 第二十七章  
格兰仕的主旋律——价格战略 第一节：先发制人，发动价格战争 第二节：摧毁暴利  
第三节：物美价廉 第四节：质量与价格竞争 第二十八章 数码新领袖——冯军  
第一节：执著成就“爱国者” 第二节：“爱国者”创中国品牌  
第三节：要品牌，不要订单 第四节：成为令国人骄傲的国际性企业 第二十九章  
成就网络帝国——陈天桥 第一节：网络游戏的创建  
第二节：经营“传奇”的独到手法与胆识 第三节：情感与人才策略 第三十章  
“点石成金”之术 第一节：智者先见 第二节：携程起航 第三节：如家快捷暖人心  
第四节：再现红杉 第三十一章 苏宁，连锁的力量 第一节：兵贵神速  
第二节：吹响四大战役的号角 第三节：一波三折的上市历程 第三十二章  
“中粮系”版图 第一节：中粮的战略与执行  
第二节：重组中谷：成为真正的粮食供应商  
第三节：中粮地产：入主深宝恒联手万科 第三十三章 万向的战略之道  
第一节：战略设计 第二节：四大基本战略 第三节：并购整合 第三十四章  
冯仑论经营之道 第一节：走专业化，但不垄断 第二节：美国模式和反周期生存  
第三节：万通的决胜密码——反省 第四十五章：“疯子”的独舞 第一节：低价的诱惑  
第二节：碰撞奔驰 第三节：联手国润 第三十六章 阿里巴巴之门——剖析复星神话  
第一节：多元化投资 第二节：选行业看准“中国动力” 第三节：决策方略 第三十七章  
“客户是太阳”的经营策略 第一节：专业，走在前面 第二节：惊喜，因您而变  
第三节：优质的服务在细节中体现 第三十八章 青啤的百年品牌战略  
第一节：品牌瘦身计划 第二节：金字塔形的品牌层级战略  
第三节：百年品牌的年轻化革命 第三十九章 李想的创业原理 第一节：做自己想做的  
第二节：学会妥协 第三节：果断的执行力 第四十章 神州的产品战略 第一节：成本战略  
第二节：市场倒着做 第三节：独树一帜的平价革命 第四十一章 专注，成功的代名词  
第一节：目标，胜利的导航 第二节：执着，竞争的诀窍  
第三节：诚信，最高的境界 第四十二章 网易掌门人——丁磊  
第一节：网易BBS和虚拟社区 第二节：把163.net在中国打响  
第三节：网易北迁——跻身门户前三甲 第四十三章 波司登，世界名牌  
第一节：“民牌”情结 第二节：登峰造极 第三节：创新，走向世界 第四十四章  
创新成就海信 第一节：海信的创新精神 第二节：海信的创新史

第三节：技术创新成就海信品牌第四十五章 哲学、商道、游戏的完美三结合  
第一节：第九城市创造“游戏高潮” 第二节：让足球升华成为一种娱乐  
第三节：“朱骏式”商道哲学  
· · · · · (收起)

[中国老板沉思录\\_下载链接1\\_](#)

标签

- 管理
- 社会
- 商业
- business

评论

这是观者的沉思，实际商人们想些什么又是如何做的，还得自己掂量

-----  
当当已购已赠

-----  
[中国老板沉思录\\_下载链接1\\_](#)

书评

