

图书基本信息

书名：《辉瑞》

13位ISBN编号：9787111436706

10位ISBN编号：7111436709

出版时间：2013-9-1

出版社：机械工业出版社

作者：彭剑锋,相雪,薛冬霞

页数：388

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

## 内容概要

重现辉瑞160多年的发展历程与管理特点，揭秘全球最大研发型制药公司百年成功之道：高技术产品+营销攻势+道德至上。

历时5年研究数十家世界级企业

窥探成长之路，勾勒成功地图

本书特色

内容构架：纵向的企业发展历程+横向的经营管理维度，立体呈现世界级企业的卓越实践之路。

第三方视角：与大多数传记性、故事性书籍不同，定位于从第三方的中立视角，尽可能“原汁原味”地向读者呈现企业的管理实践，回答企业到底是“如何做”的问题。

研究方式方法：除核实与梳理各种公开发布的素材外，在保证不涉及任何知识产权问题的前提下，就一些可获得的规范性制度文本进行收集和整理，其中很多制度原文是首次被转译为中文来介绍给我国读者的。

解读手法：在细致解析企业管理实践的同时，提纲挈领地构建各家标杆企业的“成功地图”，于纷繁的管理行为中抽离出对企业成功产生过重大影响的基础性和关键性的管理实践，并理清这些成功实践之间的相互影响和匹配关系，从而描绘出企业获得核心竞争优势的管理图谱。

原真、原本地呈现企业的各种管理实践，一反作为学者喜欢“发表议论和观点”的职业常态，刻意省略了所谓“评论性”内容，把思考和判断的空间留给读者。

## 作者简介

彭剑锋，中国人民大学教授、博导，华夏基石管理咨询集团董事长，中国企业联合会管理咨询委员会副主任，中国人力资源开发企业人力资源研究会会长，曾任中国人民大学劳动人事学院副院长。彭剑锋教授长期深入企业，为企业提供咨询服务，先后被深圳华为公司、山东六和集团、新奥集团等企业聘为高级管理顾问、专家组组长，在中国企业界和咨询界享有极高的声望，曾获第二届中国人力资源管理大奖“十佳人物”，被中国企业联合会管理咨询委员会评为“十大值得尊敬的管理咨询专家”。

## 书籍目录

|     |                          |
|-----|--------------------------|
| 总 序 |                          |
| 绪 论 | 辉瑞：高技术产品+营销攻势+道德至上       |
| 第一章 | 百年辉瑞的发展节奏                |
| 第一节 | 白手起家&“第一桶金”              |
| 第二节 | 飞速成长&锋芒毕露                |
| 第三节 | 明星产品&品牌塑造                |
| 第四节 | 多业并举&快速崛起                |
| 第五节 | 研发盛期&精简为上                |
| 第六节 | 销售称王&走向巅峰                |
| 第七节 | 审视现在&放眼未来                |
| 第二章 | 技术产品生命线1：内生性永续药研         |
| 第一节 | 制药行业的“双高性”：高投入、高风险       |
| 第二节 | 以优化组合为主导的全球研发现状          |
| 第三节 | 药品研发流程七步骤                |
| 第四节 | 研发创新战略与模型：以个案为例          |
| 第三章 | 技术产品生命线2：外生性能力收购         |
| 第一节 | 制药行业的七大生态特征              |
| 第二节 | “辉瑞模式”掀起并购浪潮             |
| 第三节 | “辉瑞模式”的“横纵变转”            |
| 第四节 | 制药行业战略联盟：以个案为例           |
| 第四章 | “七化”铸就辉瑞的强势营销            |
| 第一节 | 制药业的多方位力量制衡              |
| 第二节 | 以“医生拜访”为核心的商业成本          |
| 第三节 | 超级销售的PhRMA培养准则           |
| 第四节 | 影响医药行业销售力量规模的因素：规模、结构与定位 |
| 第五节 | 辉瑞销售的“七化模式”              |
| 第六节 | 辉瑞中国新动向：“销售外包”+“药店推广”    |
| 第五章 | 领导力：战略耦合与道德高位            |
| 第一节 | 辉瑞的领导行为模式                |
| 第二节 | “高级领导力过渡计划”              |
| 第六章 | “道德型”治理与关怀责任             |
| 第一节 | 辉瑞的“道德治理”                |
| 第二节 | 企业公民义务                   |
| 第三节 | 九大核心价值观造就辉瑞文化            |
| 第四节 | 提升雇主品牌的社区关系管理            |
| 第五节 | 管理实践：以社区投资项目和健康社区为例      |
| 第六节 | “每个人都是领袖”：培训造就辉瑞人        |
| 第七章 | 财务管理保驾护航                 |
| 第一节 | “最优资本结构”理念               |
| 第二节 | “横纵结合”的辉瑞并购              |
| 第三节 | 成本支出双管齐下：以财务问题的解决为例      |
| 第四节 | 辉瑞公司的基本财务分析              |
| 第五节 | 监督管控：辉瑞的财务信息披露管理         |
| 第八章 | 辉瑞明星产品群阵                 |
| 第一节 | 人类用药                     |
| 第二节 | 动物保健                     |
| 第三节 | 在研产品                     |

- 第四节 从商业利益出发的药品价格控制
- 第五节 以风险管理为基础的药品安全问题
- 附录A 美国药品立法
- 附录B 辉瑞大事记
- 附录C 辉瑞领导人
- 附录D 财务数据
- 附录E 董事介绍
- 参考文献

## 精彩短评

- 1、发家史，其他的蜻蜓点水，前后重复内容太多，核心内容都在绪论中。
- 2、可以了解关于辉瑞的历史，但是了不乐观就不知道了，反正觉得客套话还是挺多的
- 3、向伟大的辉瑞公司致敬，向我的老东家致敬。
- 4、非常详细。
- 5、前前后后内容太重复
- 6、等我

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)