

# 《专注》

## 图书基本信息

书名：《专注》

13位ISBN编号：9787806015179

10位ISBN编号：7806015175

出版时间：2005-6

出版社：万卷出版公司

作者：孙健耀

页数：282

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)

## 前言

企业如同人类，是生命的有机体。有生命就有欲望，有欲望就有诱惑。欲望创造了目标，成为生命成长的原动力；欲望也滋生了诱惑，使生命在燥动中备受煎熬直至衰竭。在企业生命旅程中，有两个关键词始终如影随形，挥之不去，那就是“成长”和“诱惑”！成长是企业的本质欲望，所有的企业都有一个共同的梦想——成长，快速成长，做大做强，长盛不衰；所以说，成长是企业存在的理由和不可推卸的使命。诱惑因欲望而生，是成长的寄生虫，总在不断缠绕和干扰着企业的成长进程，并逼迫着企业随时作出命运抉择。最可怕的是诱惑往往以机会的面目出现，它有着非常美丽的外表，如多元化、国际化、高速度、规模化、高利润等等，给我们描绘出了一幅幅诗情画意、欣欣向荣的财富画卷，令我们激情冲动、意乱情迷，任凭欲望的野马脱缰狂奔。在那些最终坠入覆盖着罂粟花枝的致命陷阱的企业中，既有庞大帝国、也有商业新星，既有行业巨头、也有优秀品牌，当年他们创造的精彩和辉煌，曾经令我们鼓掌喝彩，而今天我们不得不扼腕叹息。

## 内容概要

《专注:中国企业如何抵御诱惑健康成长》是国内第一部总结性提出“专注”理论的实战管理专著。成长是企业的共同梦想，然而成长是脆弱的；诱惑寄生于企业成长的全过程，并伺机侵蚀着企业的生命。《专注:中国企业如何抵御诱惑健康成长》从众多中外企业的经典案例入手，深入剖析和揭示企业的成败根源，全面阐述了“专注”对于成长型企业的重要意义，提示广大创业者、企业家及其经理人面对激烈的市场竞争，应在理性分析和慎重决策的基础上，明确企业的优势领域和发展方向，并不断抵御隐藏在生存恐慌和成功欲望背后的种种诱惑，努力避免不切实际、盲目追求超常规发展的误区；以及应如何“弘扬专注精神、实施专注战略、构建专注文化、提升专注能力”，专心致志、执着如一地走走注化道路，强化企业的核心竞争力，真正实现企业持续、健康、快速的成长。

## 作者简介

孙健耀，战略型的本土管理实战专家和策划专家，从业20年，历经政府部门和不同行业、不同性质企业的磨练，全方位的事业实践和始终不懈的思考探索，使得他对企业经营管理的各个环节均有颇深的领悟，并善于迅速发现问题，提出切实可行的解决方案；他主张并推行的一系列理论观点，在实际运用中得到广泛印证，深受企业界好评；孙健耀先生领导深圳新优势文化公司发起的“本土财经作家扶植工程”积极倡导“文化创富模式”，并力图推广本土管理智慧，推动中国财经图书市场的良性发展。

樊五勇，企业战略管理专家，产业经济学博士，九三学社成员，曾在大型国企、省委政策研究室、知名证券公司行业研究部门等单位工作，现任职于深圳某著名上市公司；著有《服务营销》、《迪斯尼传奇》、《解读长寿公司》等书，在国内各大学术刊物发表过专业论文八十余篇，一百六十余万字。

## 书籍目录

前言：专注，在诱惑中成长！第一章 诱惑——难以抗拒的罂粟一、成长型企业最脆弱企业的共同梦想企业的成长现状成长型企业的通病二、诱惑的十一种“美丽”表情多元化诱惑速度诱惑规模诱惑暴利诱惑资本运作诱惑国际化诱惑技术诱惑品牌诱惑营销诱惑人才诱惑政策诱惑三、沉湎诱惑的代价第二章 专注——抵御诱惑的良方一、面对诱惑需要专注专注是一种精神非专注无以作为分散精力是最大浪费二、专注精神的四大特征做最擅长的事把一件事做到最好不达目的不罢休我能所以我成功三、专注造就奇迹第三章 将专注作为一种成长战略一、将专注精神上升到战略层面成长需要战略专注是一种战略二、专注战略三大构成要素三、专注战略两大实施要领四、专注战略的典范第四章 建立以专注精神为核心的专注文化一、专注文化的战略意义文化是战略的战略专注是一种文化二、专注文化建设的三项重要工作统一专注文化理念完善专注管理机制打造专注型团队三、专注文化的典范第五章 提升专注能力，在诱惑中成长一、专注能力定乾坤二、七种专注能力及其提升办法三、在诱惑中成长专注型企业六大特征专注型企业二十八项成长要素关于专注的四十二条忠告附录：中外专注型企业典范榜后记《专注》：不仅仅是一本书的诞生

### 章节摘录

插图：多元化是企业扩张的一种重要选择，尤其在国外确有一些成功范例，但它并非万能战略。近几年国内一些企业似乎对多元化经营情有独钟，不管原来从事什么行业，似乎都要介入热门领域，都要发展成企业集团。打饼子的要熬糖，经营食品的去开发旅游、投资IT，房地产初战告捷就要搞餐饮、生物化工、养殖，带有很大的盲目性，非常危险。首先，多元化是一种变数太多、风险太大和要求太高的复杂游戏，而中国企业大多还相当稚嫩，市场经验还远不够成熟。其次，经济发展已经在由短缺向过剩转型，全球化进程日益加剧，已经使得市场空白和缝隙少而又少，有竞争入场券的企业之间最后的较量和比拼，往往在于他们的企业基本功和核心能力。再次，多元化决策常常来自一种心理误区。看到别的行业赚钱，就见异思迁，恨不得什么钱都想赚，什么产业都想涉足，特别是一些企业在取得快速成功后，过分夸大自己的能量，以为自己无所不能。多元化经营需要企业在产品研发、厂房设备、营销网络、员工聘用方面增加新的投入，这必然导致综合运营成本的上升；企业还要熟悉和建立新行业的管理模式、文化理念，并将其与原有企业进行有效融合，以达到整体运作的和谐统一，要克服这些管理障碍，企业更需要在软件建设上进行大量的投入。有些行业有极其严格的进入壁垒，这就意味着公司进入这些新行业要付出极其昂贵的代价。对于一个在某个行业已有一定建树的公司来说，这种投资风险极大，因为过高的进入成本往往使公司原定的目标无法实现，从而导致公司战略上的失败。

## 后记

当喧嚣的都市在人们梦境中变得沉寂的时候，华侨城国际市长交流中心十一楼的弧形落地窗依然闪烁着明亮的灯光，成为深南大道璀璨星空的亮点之一，成为深圳特区创业文化的精彩注解。夜以继日的探讨，来回徘徊的凝思，欢欣鼓舞的碰撞……这本书正是这样诞生于两年来的无数个不眠之夜。本书的每一章、每一节、每一段落乃至每一个文字，都饱含着作者对中国成长型企业的关切和对中国企业家的崇敬。改革开放的二十多年，正是他们在不懈探索着适合中国国情的企业管理模式，在始终推动着中国经济的快速发展；正是他们在努力以专注创造着经营神话和奇迹，在坚定地实践着自己的英雄梦想。面对他们，我们一次又一次深刻体会到：在这个充满诱惑的世界里，跋涉是多么艰难，成长是多么痛苦；而这种跋涉和成长对于后来者又多么意义重大。长期以来，所有的企业都在积极寻求持续、健康、快速的成长道路，并为此付出了高昂的代价。但是，这个世界上永远没有包医百病的灵丹妙药，中国企业的问题应该用真正适合自己国情、企情、人情的管理理论和方法解决。正如我们可以引进先进的西药来给中国人治病，但未必中药就毫无可取之处。中西药有很多原理相同和优势互补之处，我们完全可以西为中用、中为西用、相互借鉴、中西合璧，致臻更高境界。企业的经营管理理论是一门非常实战的学问，是中国成长型企业最迫切需要的知识财富。

## 媒体关注与评论

尽管今天华为的实力大大地增强了，但仍然坚持压强原理，只在自己最擅长的领域做到业界最佳。

——华为总裁任正非万科专注房地产住宅的开发。一些典型的房地产公司，在过去市场不好、最艰难的时候坚持下来了，但是等到外面出现了诱惑，却耐不住寂寞，匆匆放弃了自己的特长、转移了业务，到头来自然是两手空空。

——万科董事长王石创自主品牌是一条艰难的路，比做代工还要艰难得多，必须要经得起诱惑、耐得住寂寞才行，甚至要进入心无旁骛、物我两忘的专注境界。

——海尔首席执行官张瑞敏联想集团制定新的三年规划的战略路线的核心是专注当前主营业务，牢牢打下未来发展的基础。

——联想控股总裁柳传志盛大之所以能成功，对机遇的把握很重要，但更多的是取决于我们在业务上的专注，这一点是非常重要的。创业型企业认准了一个方向的时候，应该全力以赴，只有专注的企业才能成功，多元化的企业可以存活但是很难成功。

——盛大网络董事长兼首席执行官陈天桥专注做自己擅长的事情。荣誉是暂时的，我们还要坚持一贯的作风——专注、务实，在今后继续尽心尽力地为网民提供更加完善的服务。

——腾讯总裁兼首席执行官马化腾微软自成立以来一直专注于软件技术。随着公司的成长，我们已能应对那些需要长期探索的疑难问题。

——微软董事长比尔·盖茨最有用的词汇是专心致志。你若集中全部精力做一件事，而这件事原比本行业其他人干得更出色，那就不必两面下注，为规避风险去弹精竭力。

——英特尔董事长安德鲁·格罗夫一个企业不可能在方方面面都行，因此，必须学会专注。

——诺基亚董事长约玛·奥利拉



# 《专注》

## 编辑推荐

《专注:中国企业如何抵御诱惑健康成长》：关键词 成长诱惑专注精神 战略 文化 能力核心思想：专注 抵御诱惑 专注造就成长弘扬专注精神 实施专注战略构建专注文化 提升专注能力做专注型人才 做专注型企业中国第一部关于“专注”的实战管理专著！开创成长型企业的专注时代！弘扬创业文化 推广实战智慧弘扬专注精神实施专注战略构建专注文化提升专注能力我们应该感谢那些中外企业界的专注典范们！正是他们的不懈努力和探索，给了后来者十分宝贵的启发和借鉴！

## 精彩短评

1、专注致远。

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)