

2011.01 Contents 目录



卷首语

P02 有容乃大

资讯

P10 声音/工会/动态/行业

报道

P13 品牌的中国，设计的中国
——2010中国企业形象设计年会暨中国
企业形象建设联盟成立大会召开

P15 企业形象设计要有大智慧

P16 品牌，让中国更受尊敬
——第十一届品牌中国高峰论坛隆重召开

评论

P18 治国经企须大气

P19 企业文化亟待“大我”精神

产经视点

P20 治通胀需货币财税猛药

人物

P22 王晓峰：
“七力合一”擎旗人

访谈

P26 孟凡驰：
企业文化是“道器合一”的产物

独家

P28 企业文化的包容性

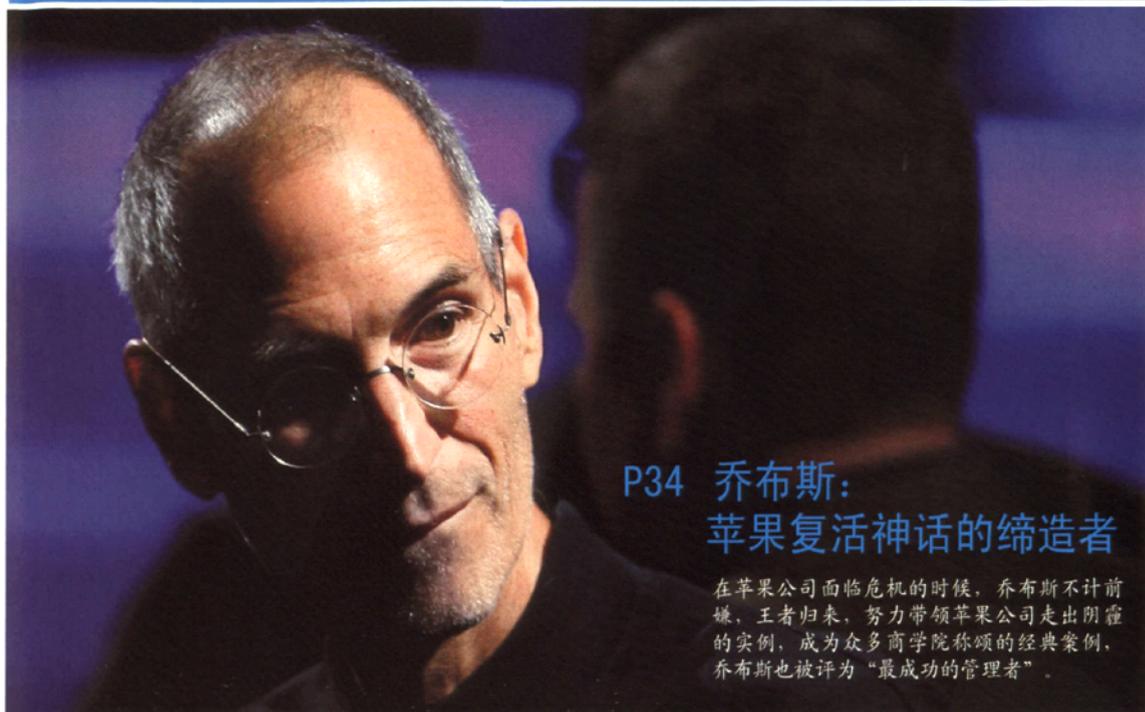
企业文化的包容性增长，包含了企业与企业、企业与社会、企业与员工等之间的包容，除了多方共赢的增长，更应该是良性有序的增长。所以包容性增长是以科学发展观为前提，构建和谐企业与社会为最终目的的一项意义重大的倡导及决策。

P30 商业竞争的道德底线

P31 互联网更需要包容性

P32 商业竞争应以客户为本





P34 乔布斯： 苹果复活神话的缔造者

在苹果公司面临危机的时候，乔布斯不计前嫌，王者归来，努力带领苹果公司走出阴霾的实例，成为众多商学院称颂的经典案例，乔布斯也被评为“最成功的管理者”。

专栏

- P38 企业管理者的文化责任
- P40 项羽的沉舟效应

企业文化学院

智库

- P43 一切从满足用户需求出发

名家讲堂

- P46 再造企业文化底色

管理大师解读

- P48 钱德勒：企业史的探路者

- 营销文化

- P50 微博盈利，赢在何方

- P52 家族企业的品牌营销

企业史记

P69

ZIPPO

——永不熄灭的火焰

- 用人之道 P54 现代心理学的人才培养
- P56 克服对立情绪 培养老板心态
- 案例经典 P58 诺基亚：十年河东十年河西
- P60 华硕：强中之王，坚若磐石
- P64 李宁：“90后”广告的价值解构
- 品牌文化 P66 企业扩张的最佳途径：品牌延伸
- 企业文化教练 P72 教练技术引领企业文化管理未来

- 员工工程 P74 注重心理健康教育，推动企业和谐发展

- 家文化 P76 维权工程营造和谐的劳动氛围

- 特色实践 P78 海密梯克的“原动力”

- P80 奋斗：永恒的信念

- 观察思考 P83 责任文化的软实力建设

- P85 重塑以价值观为核心的企业文化

- P87 把企业文化深植企业基层

- P90 提升房地产营销团队的软实力

- 鉴赏 P92 宁静致远

——赏王泽鑫绘画艺术

- 悦读 P94 通胀经济是一种思维

- P95 企业文化工作者要成为企业文化教练