# 企业战略思维(银行)

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-02-15

*第一篇：企业战略思维(银行)浅论农村信用社战略思维农村信用社是我国金融体系中的一个重要组成部分，对发挥金融支持三农产业和地方经济特别是中小企业起到了显著的作用。与此同时，农村信用社也在伴随自己所支持的实体经济的发展得到较快成长。面对全国近...*

**第一篇：企业战略思维(银行)**

浅论农村信用社战略思维

农村信用社是我国金融体系中的一个重要组成部分，对发挥金融支持三农产业和地方经济特别是中小企业起到了显著的作用。与此同时，农村信用社也在伴随自己所支持的实体经济的发展得到较快成长。面对全国近8万个农村信用社营业网点这样一支庞大的队伍，我们会发现他们中间的差距是十分明显的，既有像北京、上海这样能与全国性股份制商业银行并驾齐驱的个体，也有不少仅局限于地级城市范围的真正意义上的小银行。为此，我们不得不面对一个需要深入讨论的话题，即各个农村信用社在自己的发展战略中如何明晰出一条有别与其他银行的成长路径，以改变在战略层面上相互照搬与完全模仿带来的“趋同困境”。

一、农村信用社战略发展模式。

金融发展的目标是促进经济发展，一个城市和地区的金融发展战略因此要适应当地一定时期内的经济发展战略，以满足经济发展战略对金融服务的需求。农村信用社作为服务三农和地方经济的重要组成部分，其发展战略应该与所在地的经济战略重点相吻合，这样才能不断夯实自身生存与发展的基础。

我国农村信用社经过60多年的发展，在化解风险中生存，在风险控制中壮大，在改革创新中发展。创新推出了一大批适应我国农业农村经济需要、地方经济需求，特点突出、深受百姓欢迎的金融产品。截至今年9月末，全国农村信用社资产和负债分别

为12.3万亿和11.6万亿，居银行业金融机构第二位；存贷款分别为9.7万亿和6.6万亿，分别居第四位和第二位。分析其中的原因可以发现农村信用社具有的特点有：

（一）市场反应相对较快。无论国有银行、股份制银行还是外资银行，都面临着决策链较长、分支机构决策权日渐上收的问题。相比之下，农村信用社对于客户需求可以给出最为快速的反应。对于资金需求频繁而急迫的中小企业来说，这样一种快速的反应具有强大的吸引力。

（二）资源集中优势。大型银行面对全国的市场，在政策制定、产品开发、资源配臵上很难完全照顾到不同地域市场的需求差别，在金融产品与服务上也表现出标准化、批发式的特点。而农村信用社对所在区域的市场需求信息把握得更为细致准确，也更容易集中优势资源提供有针对性的产品与服务。

（三）地方政府的关系优势。农村信用社一直秉持定位于“服务地方经济、服务中小企业、服务三农、服务城市居民”的理念，在经营发展中也更容易得到地方政府的支持与扶植，获得一定的优惠政策和便利条件。

二、郑州市农村信用社的发展现状。

郑州市农村信用社作为服务于地方经济的金融机构，在自身的发展战略中注重了抓好几个方面的“契合”，以发挥好地方银行已有的一些特色和优势。其一是地处省会城市发展的定位和机遇；其二是郑州产业结构调整变化的重大趋势；其三是郑州城市

框架拉大带动的巨大经济效益。郑州市农村信用社制定的自身发展规划实施以来，在理事会的正确决策领导下，上下共同努力实现了以下可喜的变化：第一，公司治理结构更加完善，进一步保证了决策的规范化和科学化。第二，经营业绩显著提升，业绩增长处于银行性金融机构队伍中的先进水平。第三，按照银监会的指引，成功解决了农村信用社发展普遍面临的“包袱”，即贷款不良率高，资产质量差。第四，精细化管理手段进一步增强。随着基础管理年、合规管理年举措的开展实施，郑州市农村信用社风险管理能力及水平进一步提高。第五，业务流程改革取得实质性进展，完成信贷业务流程更新。第六，产品与业务创新的探索不断加强。针对全市中小企业融资难问题，推出了适应这类企业的系列产品，对传统的信贷审批模式进行了有效的改革。

三、郑州市农村信用社发展的战略思维。

本来就处于弱势地位的农村信用社，面临的竞争显得尤为突出。因此要摆脱采用与国有银行发展趋同的老路，需要在以下方面进行战略部署，力求形成自身的竞争力：

（一）银行管理体系的不断再造。制度是效率的源泉，没有制度的变迁和转型，任何其他改革的努力，虽然也能带来一时效率的提高，但不会从根本上提升银行的竞争力。农村信用社应该不断改革自身的管理体系，使自身既有资源和优势被最大限度的动员起来，才能够实现向现代银行的实质性转变。要以价值链管理的科学观念推进银行管理体系的再造，推行完善的价值创造观

念，形成自身特色的管理文化。

（二）不断培育具备特色的商业营运模式。一是要坚持特色化战略定位。要通过对农村信用社地方一级法人、地缘优势突出、运行机制灵活、决策效率高等优势，突出地依托地方经济，以服务涉农、中小企业、服务社区、推进零售业务发展为基础，努力发挥自身核心竞争资源。二是要在业务经营的制度设计和流程规范中维护特色。如切实落实中小企业客户设立专门的客户授信、信贷审批机制，形成区别于传统授信管理的制度方法，强化竞争能力。三是实行差异化发展战略。要寻求既能发挥自身优势，又能避开与市场强者的直接竞争，寻找自己的“利基市场”，即要在某一领域集中优势资源，并用金融产品创新、特色的金融文化等基础来寻求某一特定市场的绝对优势。四是要不断创新已有的特色产品，保持生命力，寻求不同于别人的金融服务之道。

（三）制定特定区域的业务发展战略。要更深入地支持地方经济的发展，尤其是县域经济发展的迫切要求，形成区域性金融平台，与地方经济形成良性循环。

（四）坚持不懈的品牌战略。要通过金融品牌的推广和宣传，在产品品牌与企业品牌之间建立积极和谐的关系，促进企业形象的清晰表达和不断强化。

（五）不断创新的科技战略。将信息技术与业务拓展、经营管理、风险控制等系统的建设有机结合起来，为业务的可持续发展和精细化管理提供强有力的技术支撑。

总之，建立在科学和可持续发展理念上的战略决策是指导农村信用社健康发展重要基础，只有立足于地方经济实际才能够走出一条独具特色的发展之路，从而走出趋同困境。

**第二篇：企业文化建设的战略思维问题**

关于企业文化建设的战略思维问题

——谈谈个人心得体会

提到企业文化的建设，我认为必须要用战略思维的高度来认识它，中国的企业要实现现代化和国际化，也必须把企业文化建设作为企业的发展战略来认识。中国的企业文化建设，必须建立在两个基点上。

第一基点，应该是密切关注国际社会经济格局的变化，关注世界企业经济体制和经营管理形式的变化，在新的国际条例和国际经济的大背景下，转变我们的观念，以国际规则为准则，逐步形成符合国际规则的企业文化观念，主动应对新的国际条例。

为什么这么说呢？因为目前经济全球化趋势不可逆转，经济文化一体化的趋势不可逆转，这两个不可逆转已经变成了巨大的压力，并对中国的企业改革和中国企业的现代化、国际化发展构成了严峻的挑战和冲击。在这种国际大融合的背景下，建设中国的企业文化必须要注意以下两点：

一是要转变我们的观念，以国际规则为准则，逐步形成符合国际规则的企业文化观念。这样说，看起来好像有点绝对化，但是我们要看到经济全球化的浪潮对中国经济的冲击，我们在这种趋势下是没有优势的，弱势的一方是没有权利制定规则的。

比如，前两年安南提出了一个“全球伦理”的观念，他的想法是能不能把世界各国的伦理道德够提炼出来，成为一个全球性的伦理。伦理、道德、文化问题，能否像经济一样形成这么一种国际化的东西，1这种观念在国际上引起很大的轰动，虽然这种观念还没有被世界全部接受，但大部分已得到人们的认可。由此可见，世界正在走向一种融合，在这种国际大融合的趋势下，如果我们不能积极地以国际规则为准则，转变一些落后的观念，那么在未来的国际竞争中我们将继续处于劣势。

过去的“中体西用”，企业只是在技术方面大量引进西方的东西，而在文化内涵和文化本质上还保持着中国自身的传统文化，这种观念现在正在经受着冲击和挑战，如果在运用国际化的管理规则和条例的同时不能解开背后的文化密码，那么你就无法获得进入国际竞争的通行证，所以我们说，想要在技术、制度、管理层面上与国际规则看齐，那么在文化上就必须要融入到国际化这个大环境之中，否则就很难接轨。所以在这个问题上，我认为文化观念一定要转变，要以国际标准为准则，逐步形成符合国际规则的企业文化观念。

二是主动应对新的国际条例。近年来，我国企业虽然对新的国际条例的敏感性越来越强，反应的速度也越来越快，但是对某些条例我们重视的还不够，比如，在GIS9000质量认证、ISO14000环保认证之后，有一个新的国际贸易标准SA8000还没有引起企业的广泛重视，甚至还不知道它是什么。前二年，我国浙江的一些企业生产的打火机销到欧洲，在这些西方国家处处遭到打压，他们说我们生产的打火机不含社会责任，不符合SA8000国际贸易标准。开始他们很不理解，认为我们的打火机销价是几欧元，他们的打火机销价几十欧元，是我们的产品冲击了他们的市场，而故意刁难我们。但后来慢慢理解了。

SA8000就是社会责任标准，主要是把企业文化、道德、伦理纳入一个量化体系，涉及到雇佣童工问题、职工的健康安全问题、差别待遇问题、惩罚措施问题、职工的劳动时间问题，还有报酬标准问题，这个体系要求企业对员工负责，对员工的权益进行评估。我们的打火机销价是几欧元，他们的打火机销价是几十欧元，在成本中，我们的产品人员工资的含量太低，而他们的产品成本中的人员工资含量是很高的。但目前我们国内只有三家企业运用了这个标准，比如青岛的海尔集团。那么，企业的产品在出口时就多了SA8000这样一个标准，在考察你的质量和环境之外，还要看你是在什么样的条件下生产的这种产品，你的产品质量是靠什么来保证的，是不是靠着非人性的、非人道化的方式取得的产品，如果是这样的话，对方就有权利拒绝你的产品进入他的国家。这就等于给我们的企业进入国际市场，增加了一层贸易壁垒。目前，对SA8000的敏感性要进一步加强，就是说要把企业文化、伦理、道德分解为可实施的、可操作的具体标准。因此，在遵守国际规则方面，我们应该占得先机，提高敏感性。SA8000、GIS9000和ISO14000都是为了使企业的产品符合人性化的标准，虽然中国的“以人为本”和外国的人道化是有所不同的，但怎样处理好中国特色和国际标准的统一关系，是摆在我们企业家面前的一道难题，谁能处理好这对矛盾的辨证统一，谁就可以迅速和国际规则接轨；如果处理不好，走过了，就只能是生搬硬套国外的东西了。假如你追不上国际的标准，你就不可能纳入国际化的轨道之中去，如果纳入不到经济全球化的浪潮当中，受到的制裁就会更多，该得到的待遇就会更少。

再比如前几年美国闹炭疽病，我们闹“非典”。为应对突发事件美国拿出15亿美元到世界各地去购买治疗药品，这种药品在中国已研制成功，当时就有专家预测，这15亿美元中国就是挣不到10亿，起码有50%是中国挣，因为在中国，这种药品的生产工艺已经成熟，原料也非常充沛，而且成品储量也很足，这种药品在中国市场上是7毛钱一片，到美国就是1美元一片，而一盒针剂就是327美元，相当昂贵。所以是一个非常好的发财机会，但结果咱们一片药也没卖出去。这么好的机遇，为什么一片都没卖出去呢？原因就是咱们的药品生产企业不是国际药品生产行业的组织成员，药品的生产过程没有经过国际药品生产行业组织的检验，人家一片药也不会要你的。由此可见，你不纳入到经济全球化这个行列中去，机会来了也会和你擦肩而过。在接受国际化标准的同时，一定要深刻理解隐藏在标准、条例、制度、技术、设备以及测量方法等背后的文化内涵是什么，如果解释不通或者理解不了，总是在浅层次徘徊，浅层次的东西即使都接上了轨，但到了深层次还是接不上，这就是遇到了文化障碍。

“以人为本”体现在产品上，就是使用功能、产品色彩、款式和人性化含量这么四个方面，而人性化含量主要体现在使用功能的不断扩大和文化增值上，如果只片面强调过去的单一的使用功能，那么产品就只有真的、善的含量，而没有了美的含量。没有美的含量，就没有文化含量，没有文化附加值。比如火车站的设计，德国、日本、法国的火车站起码在使用的第一年上体现真、善、美，让顾客以最短的距离和最快的速度能够登上火车，这叫人性化设计，从顾客角度考虑

产品设计，考虑款式布局。再看北京的西客站，路途又长，像迷宫似的，导向牌又不清楚，这样的设计就不懂得什么是“以人为本”，或者说人性化含量比较低，因此我们说在对“以人为本”这个问题上，既要有中国特色，又要能够和国际上的这些标准、条例结合起来。现在已经出来了SA8000标准，就是说如果你不认可它，它就不让你的产品进入，所以不接受，我们将来就会很被动，所以我想在整个企业文化设计的战略方针上，我们的基点应立足在国际化这个大背景下，才能够发展的更快。

第二个基点，针对我国的企业特点和国情，发挥我们的优势，结合中国的传统文化，建设具有中国特色的企业文化。

我国的经济还比较薄弱，企业还比较弱小，管理水平还比较差，这是不争的事实。就管理水平而言，差距就很大，世界500强企业全部用企业文化来管理企业，我国的大部分企业仍用制度来管理，即使是用企业文化来管理，也是表面文章，尚未落实到实处。既然企业文化是一种先进的管理思想、一种先进的管理模式、是企业的核心竞争力、是企业的灵魂，我们就应该去运用它和掌握它。我们怎样运用它和掌握它？去模仿它，追赶它，都不是一种好的方法，世界上好的企业文化是不可模仿和复制的，虽然他们的企业文化发展历史只有几十年，追赶起来也是非常困难的，因此我们只能迎头赶上。针对我们的企业特点和我国的国情，发挥我们的优势，结合中国的传统文化，建设具有中国特色的企业文化，同跨国公司进行竞争和抗衡。大家都知道，中华民族有非常灿烂、博大精深、丰厚华美的民族文化，这些民

族文化与企业经营结合起来就会形成一种优秀的企业文化。我们来看看日本，在上个世纪的八十年代，日本的经济为什么发展那样快？原因就是日本的企业很有活力，就是有一种先进的管理思想，运用先进的管理模式——企业文化来管理企业。当时日本的企业文化主体内容就是对中国儒家思想有益的汲取，对《孙子兵法》和《三国演义》的灵活运用。我们再看看当今世界著名的管理大师彼得·圣吉，他把老子的“无为而治”的观点做成企业文化，被当今世界称为没有管理的管理，是管理的最高境界，同时被联合国大会确定为未来管理的十大发展趋势之一。由此可见华夏文化是多么的优秀。我们有理解、继承和发扬中华民族文化的天然优势，而继承和发展民族文化又是我们的历史责任，因为华夏儿女身上流淌着先辈的血液，骨子里遗传着祖先的基因。民族要振兴，企业要生存、要发展就必须走在别人的前面，把我们优秀的民族文化和中国的实际结合起来，形成中国特色的企业文化，只有这样，我们的企业才能发展壮大，我们的民族才能屹立于世界民族之林。

**第三篇：史德安——企业文化建设必备之战略思维**

企业文化建设必备之战略思维

企业文化是怎么形成的？这个问题不止一个人问过我。其实，企业文化的形成从主导力量上来说有两种基本方式，一种是企业在生存发展过程中自然而然地形成。另外一种是通过企业领袖有意识地倡导而形成。企业领袖是所有干部员工学习和模仿的对象，其人格气质、生存态度、经营思想、行为方式以及工作习惯等都对公司的运营管理模式与企业文化特征有着重要的影响作用。由此，企业领导的个人文化就逐渐地成为了整个公司文化形成的重要主导因素。不管企业领袖是否意识到自己的影响力，是否在有意识地引导公司的文化方向，营造某种特定的文化氛围，他们都深刻地将个人文化植入了公司文化。可以说，企业领袖的文化品格直接主导着企业的文化方向，因此会有人说“企业文化就是老板文化。” 在现代经济市场中，企业面临的竞争越来越激烈，感受到的压力也越来越大。基于生存的渴望与对人才强企战略的认同，培养一支卓越而又有强大战斗力的队伍已成为每个企业的梦想。没有文化的队伍如同土匪一般（比喻不太合适），而有了文化的队伍才能革命。所以，文化管理必将成为众多企业的重要工作内容。然而随着现代化公司规模迅速扩大，公司人员流动频率加快，员工的自我意识愈加突出，企业领袖个人文化意志的主导性在慢慢减弱，企业文化对员工的文化塑造阻力也越来越大。那么，文化工作如何才能把来日四面八方的兄弟姐妹凝聚成富有战斗激情和能力的军团呢？

科学建设优秀的企业文化，这是我们唯一的出路。

企业文化的建设不是毫无规律的人力、物力、财力的投入和时间与精力的无所畏惧的消耗就能成功，不是一个接一个的文化主题活动和遮天蔽日的标语与振聋发聩的口号所能体现，也不是一蹴而就和指日可待的必然事件，当然也不是虚无缥缈和不可捉摸的空中楼阁。总之，企业文化不是全面开花，也不是奋力一击。

认清方向，摸清规律，长期持续地科学投入才能使企业文化工作富有成效。定方向是企业文化建设的首要任务。有了方向，才有了道路，有了道路我们才能前进，前进了才能发展，才能实现目标，目标实现了才能够看到工作的绩效成果。然而，如何确立公司企业文化建设的方向？这个方向又受到哪些因素的影响呢？ 企业文化方向的确立是企业战略问题之一，它需要企业管理团队能够全面思考，科学决策，从文化状况实际出发，在企业文化的建设中渗透战略思维。

首先，企业需要认清自身所处的外部环境。自工业革命开始，世界上动植物就进入了第六次物种大灭绝时期。据说全世界每天有75个物种灭绝。自然世界是残酷的，人类社会又何况不如此？福特汽车曾因迷恋自我而险些入土为安，IBM也因闭目塞听而错失个人电脑市场良机，施乐复印机也曾大意而被日本佳能攻其不备损失惨重。认识环境，重塑自己是人类得以保留的重要法宝。而相应地，企业外部环境的变化是企业战略变革、文化更新的重要依据。变则通，通则久，所以我们要认清所处的环境是轻松的还是激烈的；竞争对手是高尚的还是卑鄙的；社会人群是浮躁的还是务实的，是富有的，还是贫困的；产业链上下游是贪婪的还是公正的；政府是保守的还是激进的；经济是上扬的还是低迷的；我们需要的新科学技术支撑是存在的还是虚空的等等。总之，要分析出我们的未来会何时一路顺风，而又是何时何处艰辛坎坷。这样，我们才能知道，我们需要什么样的“文化心理”，将需要做好什么样的“文化准备”。

其次，企业要弄清楚自身发展的关键影响因素。平常我们说的企业成功的关键因素分析就是要分析我们如何才能在竞争中棋高一着。只有分析透彻了这一点，我们才能获得企业文化方向的基础。对于电信行业来说，服务质量是影响企业发展的最重要因素。所以移动提出并大力贯彻“正德厚生，臻于至善”的核心价值观，并将“服务文化”提升到战略的高度。在业务开展上，服务群体细分，服务方式多样化，还搞出员工绩效考核的“满意百分百”制度，让消费者有了“上帝”的体验。对于金融服务行业来说，服务文化也是关键成功因素，所以招商银行开始宣传“因您而变”，并开始终端服务行为的改良，而这也给消费者带来“上帝”的感觉。对于保健品行业来说，正是史玉柱对产品运作成功关键因素分析过后，他才敢于对江苏江阴开始狂轰乱炸，从而使脑白金一炮走红。然而对于我们AOBO来说，我们关键成功因素是什么？我们怎么才能打造出杀敌制胜或占山为王的杀手锏？如何才能具备狭路相逢勇者胜的勇气、力量和气魄？

再次，企业还需要认清自身的竞争力。俗话说，胜者为王败者为寇，王者应有王者的气概，而寇也会有寇者的生存之道。企业认清自己所处环境之后，还应该内省，察觉到自身具备的优劣势。企业是行业开拓的领头羊，还是乘风省力的尾雁？是翱翔蓝天的雄鹰，还是挖洞掘坑的鼹鼠？是善于跳跃的羚羊，还是善于奔跑的花豹？而当狮子碰上了老师，灰熊遭遇了鳄鱼，谁能得到取胜的先机，谁能先发制人或后发而先至？能力不同，生存之道不同。人与物皆如此。当在市场中，当我们如骑兵任意驰骋，形成跑马圈地之势，我们就要愈加小心藏于枯枝烂叶之下的陷阱，当我们的军队被困围垓下，我们就要决定是机智地突围还是杀出一条血路。而这一切都需要我们做好心理准备。而前提是我们要认清自我，对自己做认真仔细地优劣势分析，并寻找出机会与威胁。

最后，企业还需要对自身文化基础与条件了若指掌。

懦弱者需要勇气，贪婪者需要节制，高尚者不能清高，清高者需要变得亲切，只有当我们对企业自身文化进行充分了解，才能够对文化进行有方向地调整，有选择地倡导，从而有节奏地进步。如同战争中“知己知彼，百战不殆”，若对文化工作对象不能熟知，那我们就只能徒劳费工不着重点，或者如同困兽一般胡冲乱撞。目前，企业文化建设工作出现最多的弊端就是在不了解企业自身文化状况时，进行无重点的全方位文化建设，最终导致的结果往往是听到“企业文化无用论”、“企业文化形式论”的论调。所以，对企业自身文化状况进行有目的地摸底，是我们企业文化建设的重要一步。

科学进行企业文化建设是企业得以迅速发展的重要保证，而确定企业文化建设的方向与步骤更是我们首要完成的任务，而这需要的是战略思维与充分的信息掌控。因此，充分地进行企业所处环境分析、关键成功因素分析、企业自身竞争力分析、企业文化基础分析是进行企业文化有效建设的重要前奏。

2024年11月12日

**第四篇：企业家战略思维语录**

企业战略是对企业各种战略的统称,其中既包括竞争战略,也包括营销战略、发展战略、品牌战略、融资战略、技术开发战略、人才开发战略、资源开发战略等。下面就是小编整理的企业家战略思维语录，一起来看一下吧。

企业家战略思维语录篇一

1，比尔盖茨：如果你觉得你的老板很凶，等你做了老板就知道，老板是没有工作任期保障的。

2，噪诸葛亮事必躬亲而后无能人，导致蜀国因诸葛亮兴也因诸葛亮亡，太平洋建设集团也不能对我个人过于依赖。

3，先天决定了企业家的成长。

4，真正的企业家需要锐气藏于胸，和气浮于面，才气行于事，义气施于人。必须做到委屈中平衡，妥协中前行，虚怀中充实，放弃中收获，谦卑中完善

5，比尔盖茨：科学技术的进步将会给人们的生活带来巨大的影响，而人们要不断适应这种时代的变化，而不要坐等未来，失去自我发展的良好机会。

6，成功人士的三个阶段：

一、先做事后做人；

二、先做人后做事；

三、只做人不做事；成功人士的三要素：智商、阅历、灾难。

7，用人风尚：用人之长，容人之短；六分人才，八分使用，十分待遇；一流人才是天生的，二流人才是发现的，三流人才是培养的。

8，马云说:很多时候创业者因为自己搞不清楚而不去创业，实际上等你搞清楚以后就更不会去创业了。

9，马云说:只为成功找方法，不为失败找理由。

10，产业第一：企业的竞争，管理第一的时代过去了；经营第一的时代也过去了；企业家第一的时代也过去了；产业第一的时代已经到来。

11，企业应尽可能先做大，再做精，最终做强。大是前提，精是保障，强是目标。

12，在阳光下挣钱，在月光下挥金如土。我这个人从来都是视金钱如粪土。

13，用人之道：心胸（高管）、道德（中层）、才华（基层）。

14，马云说:每个人都应学会认真做事，大度做人。

15，我们企业高管班子中，必须有一名女性，才能和谐。

16，任何人、任何家庭、任何企业、任何城市乃至任何社会都是先私而后公的，没有私就谈不上公。大私则公，私到深处必为公。

17，马化腾说、对我来说，现在QQ不是工作，是兴趣。

18，马云说:男人的长相往往和他的的才华成反比

19，比尔盖茨：微软公司雇用工作狂真是眼光独到。

20，企业治理的要害在于两个字：管人，管人的要害在于用人、育人，而管人、用人、育人的要害在于做人，先做人再做事。

21，马云说:永远把别人对你的批评记在心里，别人的表扬，就把它忘了。

22，市场化程度低的产业是好产业。

23，马云说:创业者书读得不多没关系，就怕不在社会上读书。

24，讲企业如数家珍，做企业行云流水，站着是一座山，倒下是一座碑。

25，比尔盖茨：一个人想要成功，就要学会在机遇从头顶上飞过时跳起来抓住它。这样逮到机遇的机会就会增大。

26，企业家分为三类：资本家思维定势围绕钞票转；实业家思维定势围绕企业转；企业家思维定势是围绕社会转。

27，严介和自评：严谨的张扬、内敛的霸气。

28，马云说:如果有两种选择：一是一流的团队，三流的执行能力；二是三流的团队，一流的执行能力。我情愿选择后者。

29，无知的简单、有知的复杂、大智慧的简单。

30，领袖素质：宽容、沟通、果敢。宽容最重要。

31，马云说:有时候把自己长项藏起来，弱项暴露出来没关系，这是我的建议。

32，马云说:聪明是智慧者的天敌，傻瓜用嘴讲话，聪明的人用脑袋讲话，智慧的人用心讲话。所以永远记住，不要把自己当成最聪明的，最聪明的人相信总有别人比自己更聪明。

33，比尔盖茨：每项事业成功都离不开选择，而只有不同寻常的选择才会获取不同寻常的成功。

34，马化腾说、我认为腾讯的成功，首先就是技术、产品和用户感这个要非常强。第二，团队稳健、股东架构稳健很重要。

35，他宣称，自己不做“老板”，要做“企业家”。在他看来，围绕“钞票”运转的人是“老板”；围绕“企业”运转的人是“资本家”，他们“谈企业如数家珍，做企业行云流水”；“资本家”再高一个层次就是“企业家”，企业家是围绕“整个社会”运转的人。

36，伟大是熬出来的，小成靠朋友，大成靠敌人；小成靠苦难，大成靠灾难。

37，马化腾说、工作5、6年的时候，我花的钱不是买书就是买电脑。

38，马云说:如果你看了很多书，千万别告诉别人，告诉别人别人就会不断考你。

39，马云说:有结果未必是成功，但是没有结果一定是失败。

40，数据只看政府发布的。

41，马化腾说、我很多年没有写代码了，但做一些主要决策的时候，你要是写过代码，你就知道，主要是系统分析、决策、要做什么，但是你要有技术底，否则不能做判断。

42，不打官司，总当被告，无赖；总当原告，无能。

43，比尔盖茨：人生是不公平的，习惯接受吧。

44，马化腾说、我们原来也没想过要成什么样。我们只是想觉得有机会去做，发挥所长。也有点回报。

45，马云说:人要有专注的东西，人一辈子走下去挑战会更多，你天天换，我就怕了你。

46，中小企业要“小而专”，小富即安。

47，天才是考不上北大、清华的。

48，企业家必须经历过三千三万:吃尽千辛万苦，承受千委万屈，经历千风万险。

49，马云说:记住，关系特别不可靠，做生意不能凭关系，做生意也不能凭小聪明。

50，违法的底线是不能犯罪。

51，做人做事皆有度，适度必收。有人说严介和这个人很傲，但是，我尽量做到自信而不自傲，坚决而不武断，自尊而不自负，严谨而不拘谨，知足而不满意。

52，我这个人是比较感性的，但也是理性的，从感性到理性，再从理性回到感性，感性是发动机，理性是刹车。

53，马云说:当你成功的时候，你说的所有话都是真理。

54，爱财的君子们取之有道呀！爱财的本来就是君子，不爱财的往往是小人。

55，我们不断地打倒自己，是为了不让别人打倒。

56，严介和的名字：对己严，对人和；做人做事严，处人处事和。

57，马云说:我当年学英语，我没有想到后来英文帮了我的大忙。所以，做任何事情只要你喜欢，只要你认为对的，就可以去做。如果你思考问题功利性很强的话，肯定会遇到麻烦的。

58，企业三个“零”：“零血缘”：没有一个亲戚在企业中；“零情缘”：没有一个同学、战友在企业；“零地缘”：没有来自老家的人在企业。

59，企业家要扮演好六种角色：企业战略的执行者；企业文化的传承者；企业变革的推动者；沟通平台的构建者；管理效益的承载者；团队力量的凝聚者。

60，比尔盖茨：幸运之神会光顾世界上的每一个人，但如果她发现这个人并没有准备好要迎接她时，她就会从大门里走进来，然后从窗子里飞出去。

61，马云说:一个成功的创业者，三个因素，眼光、胸怀和实力。

62，马化腾说、有时候不辛苦但是压力大，有时候是辛苦但是压力不大。

63，比尔盖茨：最有希望的成功者，并不是才华最出众的人，而是那些最善于利用每一时机发掘开拓的人。

64，我不赞成学生毕业之后创业，现在做小企业真的就是别人的“孙子”，甚至是“孙子的孙子”。还是到大企业里做个白领的好，可以积累自己的人脉、情感、资历资源，牵着“巨人的手”更好走路。

65，马化腾说、做公司要对股东、投资者负责任。所以现在看新兴公司大量烧钱看不惯。

66，谈到财富，严介和说，“我觉得中国遍地是黄金，想怎么赚就怎么赚。”

企业家战略思维语录篇二

1、“有心人”擅长“三大做”：做事，做势，做市。——牛根生

2、做了销售你会发现，最先相信你的是陌生人。最先屏蔽你的是好朋友。最先删除你的是酒肉朋友。最看不起你的是同学和亲人。——马云

3、一个人快乐不是因为他拥有得多，而是因为计较得少。——牛根生

4、有德有才，破格重用；有德无才，培养使用；有才无德，限制录用；无德无才，坚决不用。——牛根生

5、看油画的时候，退到更远的距离，才能看明白。离得很近，黑和白是什么意思都分不清。退得远点，就能明白黑是为了衬托白，再远点，才能知道整幅画的意思。打这个比喻是为了时时提醒我们牢记目标，不至于做着做着就做糊涂了。——柳传志

6、生气是拿别人做错的事来惩罚自己。——李嘉诚

7、我们长江要生存，就得要竞争；要竞争，就必须有好的质量。只有保证质量，才能保证信誉，才能保证长江的发展壮大。——李嘉诚

8、生存下来的第一个想法是做好，而不是做大。——马云

9、我就怕说我好，说我不好没关系，去哦脸皮厚。如果说我好就糟糕了，说我不好倒没事儿，这两年一直被人家说不好，所以习惯了。我是外练一层皮，内练一口气。我就是脸皮厚，别人怎么骂你，你也要厚着脸皮不理会。——马云

10、对员工忠诚，员工反过来就会对你忠诚；对员工负责，员工反过来就会对你负责。——张瑞敏

11、人生和爱情一样，错过了爱情就错过了人生。——马云

12、喜欢的东西自己努力赚钱买。——马云

13、致不想奋斗的女人们：如果你感觉到累了，不想再奋斗了，那么我建议你做三件事情，第一，照照镜子，看看自己有没有倾国倾城的花容月貌？第二，看看自己银行卡上的余额，明白自己是否有足够的遗产可以继承？第三，去看看新婚姻法，它会告诉你，靠嫁一个高富帅脱贫致富的年代已经结束了。所以告诉我们女性们，没有一劳永逸的事情，只有像个男人一样的去奋斗才是我们最可靠的选择！选择自己比任何人都会可靠的多！——李嘉诚

14、冬天寒冷的时候，我们提出的口号是：“坚持到底就是胜利”。只要我们活着，不死就有希望。——马云

15、你想过普通的生活，就会遇到普通的挫折。你想过最好的生活，就一定会遇上最强的伤害。这世界很公平，想要最好，就一定会给你最痛。——李嘉诚

16、开端决定终端，入手决定出手，势能决定动能。——牛根生

17、我老是在说一句话，亲人并不一定就是亲信。一个人你要跟他相处，日子久了，你觉得他的思路跟你一样是正面的，那你就应该可以信任他；你交给他的每一项重要工作，他都会做，这个人就可以做你的亲信。——李嘉诚

18、领导力在顺境的时候，每个人都能出来，只有在逆境的时候才是真正的领导力。——马云

19、对自己所喜欢的人，要看到他的短处，对自己所厌恶的人，要看到他的长处。——牛根生

20、美好的生命应该充满期待、惊喜和感激。——李嘉诚

21、我认为勤奋是个人成功的要素，所谓“一分耕耘，一分收获”，一个人所获得的报酬和成果，与他所付出的努力又极大的关系。运气只是一个小因素，个人的努力才是创造事业的最基本条件。——李嘉诚

22、我们花了两年的时间打地基，我们要盖什么样的楼，图纸没有公布过，但有些人已经在评论我们的房子怎么不好。有些公司的房子很好看，但地基不稳，一有大风就倒了。——马云

23、企业家是在现在的环境，改善这个环境，光投诉、光抱怨有什么用呢？国家现在要处理的事情太多了，失败只能怪你自己，要么大家都失败，现在有人成功了，而你失败了，就只能怪自己。就是一句话，哪怕你运气不好，也是你不对。——马云

24、假如今日，如果没有那么多人替我办事，我就算有三头六臂，也没有办法应付那么多的事情，所以成就事业最关键的是要有人能够帮助你，乐意跟你工作，这就是我的哲学。——李嘉诚

25、获致幸福的不二法门是珍视你所拥有的、遗忘你所没有的。——李嘉诚

26、世界上最不可靠的就是关系。——马云

27、我们不能企求于灵感。灵感说来就来，就像段誉的六脉神剑一样。阿里巴巴的“六脉神剑”就是阿里巴巴的价值观：诚信、敬业、激情、拥抱变化、团队合作、客户第一。——马云

28、人才取之不尽，用之不竭。你对人好，人家对你好是自然的，世界上任何人都可以成为你的核心人物。——李嘉诚

29、不义而富且贵，于我如浮云。是我的钱，一块钱掉在地上我都会去捡。不是我的，一千万块钱送到我家门口我都不会要。我赚的钱每一毛钱都可以公开，就是说，不是不明白赚来的钱。——李嘉诚

30、世界上还有很多事情，只要你把它做透了，做成专家，你就能够为自己创造成功的机会。——牛根生

31、有理想在的地方，地狱就是天堂。——李嘉诚

32、有时候，打败你的不是技术，可能只是一份文件。——马云

33、生活中若没有朋友，就像生活中没有阳光一样。——李嘉诚

34、对所有创业者来说，永远告诉自己一句话：从创业得第一天起，你每天要面对的是困难和失败，而不是成功。我最困难的时候还没有到，但有一天一定会到。困难不是不能躲避，不能让别人替你去扛。九年创业的经验告诉我，任何困难都必须你自己去面对。创业者就是面对困难。——马云

35、太阳光大，父母恩大，君子量大，小人气大。——牛根生

36、小企业有大的胸怀，大企业要讲细节的东西。——马云

37、我想引用美国历史上唯一位连任四届总统的罗斯福的名言来回答你：“我们唯一害怕的只是我们自己”。——张瑞敏

38、作为一个领导人，应该控制自己的情绪，很多时候发脾气是无能的表现，合理的情绪控制对于团队的和谐、稳定军心有大作用。——马云

39、当别人叫你疯子，你已经离成功不远了！——马云

40、自己不会练兵，永远别想打仗。——牛根生

**第五篇：演讲稿,中英文-战略思维**

所谓的战略思维，就是关于实践活动的全局性思维，其根本特征是正确处理实践活动中各方面、各阶段之间的关系，以达到全局的最佳效果。在工作中，我们是业务绩效的主导者；在生活中，我们是家庭重要组成者，无论是成为一名总览大局的领导者还是实际的执行者，都应该拥有自身的战略思维能力，如何培养战略思维能力，成为拥有战略思维能力的个体显得尤为重要，那么一是独立性：思维能力强的人必定是善于独立思考的人。即使请教别人、查阅资料，也是以独立思考为前提的。二是灵活性与敏捷性：对事物反映迅速而且灵活，不墨守成规，能较快地认识、解决问题。三是逻辑性：思考问题严密而且科学，不穿凿附会，不支离破碎，得出的结论有充足的理由和证据，前因后果思路清晰。四是全面性：看问题不片面，能从不同角度整体地看待事物。五是创造性：对问题能提出创造性见解，想到别人想不到方面。只有具备较高的战略思维能力,才能正确处理战略目标、战略布局、战略重点、战略步骤、战略保障、战略转变等一系列事关全局的战略问题,才能有正确的战略规划和战略行动,才能驾驭全局取得事业的成功和可持续发展

So-called strategic thinking, it is about the practice of holistic thinking, its basic characteristics is the correct practice in all aspects, the relationship between each stage, in order to achieve global optimal results.At work, we are the leader of the business performance;In life, we are family is an important person, whether to be a leader in an overview the big picture or the executor of the practical, should have its own strategic thinking ability, how to train the ability of strategic thinking, it is particularly important to become more strategic thinking ability of the inpidual, so it is a independence: thinking ability of the person must be good at independent thinking person.Even consult others, data access, on the premise of independent thinking.Second, flexibility and agility: to reflect the rapid and flexible, things not hidebound, can quickly recognize and solve the problem.Are three logical: strict and scientific, not forced analogy, not broken, the conclusion there are plenty of reasons and evidence, the cause and clarity.Four is a comprehensive: can see problems not one-sided, overall to look at things from different angles.Five is creative, can come up with creative ideas to the problem, think about other people think.Only high strategic thinking ability, can properly handle the strategic target, strategic layout, strategic focus, strategic steps, strategic security, strategic shift and a series of global strategy is concerned, to have the correct strategic planning and strategic action, to manage global business success and sustainable development

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！