# 人民网经营创新

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-06-15

*第一篇：人民网经营创新人民网经营创新4月27日，人民网以46倍市盈率、27642总股本的优良资质闪亮上市，开盘暴涨70%，成为了今年51只新股中当之无愧的人气王，申购机构多达115家。人民网昨日闪亮上市。表面来看，人民网的靓丽登场，来源于...*

**第一篇：人民网经营创新**

人民网经营创新

4月27日，人民网以46倍市盈率、27642总股本的优良资质闪亮上市，开盘暴涨70%，成为了今年51只新股中当之无愧的人气王，申购机构多达115家。

人民网昨日闪亮上市。表面来看，人民网的靓丽登场，来源于央企传媒的官家背景，但实际上，经营创新是该企业的显著标签。除去传统的广告宣传业务外，该企业近两年来精心投入信息服务业务与移动增值服务，将后部分的主业占比提高到了40%以上的份额，平均毛利率提高到了60%以上；同期进行了一系列的资产置换与管理优化升级，将一家传统传媒改造成了一家以高科技为载体、多元经营的信息航母。与之对比鲜明的是，2024年上市公司的一季度报表公布已进入了尾声，整体净利润同比负增长，季度环比数据已连续3个季度下滑，中国企业的业绩增长已进入了名副其实的瓶颈期。对于广大步入业绩瓶颈期的上市公司与翘首期待上市融资的民营背景企业来说，出身是没有办法选择的，经营道路却是可以选择的。豪言大谈“科技创新”，可能不适合多数民营背景企业的实际情况，但多元经营与优化管理，却是每个企业都可以尝试的。

在此之中，优化管理应先行；多元经营有风险，可以慎重考虑。优化管理就是精益求精，一方面严格节流，减少费用与成本。在此之中，以商业企业为例，成本的可控空间较小，费用的可控空间较大，管理费用与营销费用是最值得深入挖掘的。另外一个方面，不良资产需要处理，现有存货更需要盘活。一家房地产企业，面临调控压力，如果走到了既缺资金，费用又不断增长的地步，想到的不应是去投资买矿、开拓新业务，而应是先解决存货、提高周转速度。所以，如果从现在开始，我们不断看到商品房的倾销广告，老百姓千万不要觉得意外，那是房产商中的聪明人在干聪明事，处理房产存货也是经营创新。而对于多元经营，我认为做的该是自己熟悉的行业，最好是原来的主业中派生出来的业务，能够有效利用企业原来的优质资产与社会资源，比如人民网，投入的移动增值服务，也是在其已经建立起来的庞大传媒信息平台的基础上加以拓展的，而非“白手起家”。与之相比，武钢去养猪，房地产企业去买矿，做起来就没有那么靠谱，结果如何，尚待观察。（叶国富：哎呀呀饰品连锁股份有限公司董事长，曾获“中国青年商业领袖TOP50”等多项荣誉。）

**第二篇：餐饮店如何创新经营**

餐饮店如何创新经营

（汉姆管理公司）

一、创新经营是餐饮业成败的关键

餐饮企业系统过程中，市场是企业的领导，经营是企业的龙头，管理是企业的基础，技术是企业的工具。要搞好餐饮企业发展经营则必须是经营与管理的交替前进，但管理不是目的，管理只是经营的保障，管理是为经营服务的，经营比管理更重要。经营不是销售，经营不是广义的管理；经营是在研究市场基础上的创新的经济决策。

餐饮企业经营应该追求“最适合我干的，投入产出比最大的，最有市场前景的”这三者缺一不可。并通过精神、观念、思路方面的全面创新，从而把传统经营上升为创新经营。餐饮业的创新经营应该建立企划部，并抓住正确定位、目标和战略、制造特色、结构调整、积极促销、慎重发展等主要环节而具体开展。

二、研究市场、细分市场、实现正确定位

研究市场的内涵是研究需求、研究竞争、研究自我、研究利润的影响因素。研究市场的诀窍是换位思考。需求分：现实需求和潜在需求两类，要细分市场需求，善于从中发现商机。

研究市场在战略上应该从大到小，不要自己框死自己；在战术上必须从小到大，踏踏实实地逐步扩大市场。市场变化时，经营的定位也必须跟随变化，如淡季就必须有淡季定位，研究淡季经营策略。企业的市场定位还必须让目标顾客了解，这才能吸引顾客。

三、建立企业目标，搞好发展战略

竞争战略的重点是名牌战略。名牌的一半是科技，名牌的另一半是文化，这才能形成有特色的品牌，并逐步造就具有核心竞争力的名牌。餐饮业的发展应该在名牌的基础上走连锁经营之路。没有特色的企业可以通过优势互补而加盟名店。

四、制造特色、创造竞争优势

市场竞争有句格言：“没有特色别开店”

特色是经研究市场而策划制造出来的。制造特色应从以下方面全面开展：

1．经营方式创新

2．经营内容创新

3．经营服务创新

4．经营环境创新

5．经营价格创新

6．企业管理创新

1．经营方式创新

同档次餐饮的企业按规范化的股份制重组成大型连锁餐饮集团或加盟国内知名品牌连锁集团；优惠预订方式可以通过网络预定方式经营；不同的市场定位下的特色经营（如：度假村餐饮酒店、社会专业酒楼、主题宴会零散餐饮店等）。

2．经营内容创新

连锁餐饮店（集团）应选址附近有配套设施兴建“吃、住、行、游、购、娱”开展相互支持、相互促进的综合经营。应该多样化、个性化；不宜有单独产品，且切实解决制约与社会餐饮竞争的各个因素；应在明确定位的前提下开发自有品牌产品；健身娱乐设施应是资源而不是摆设；还要通过换位思考而不断开发新的服务内容。

3．经营服务创新

首先要加强对服务的认识与理解：服务是第三产业的具体商品；服务的实质是对服务对象的尊重；建立顾客至上的观念；提倡换位思考（搞“假如我是顾客”大讨论）；开展情感服务（以“什么都为您想到了”为标准）；搞好服务劳动竞赛；最好的服务是让顾客感觉不到服务的存在；要规范化服务与个性化服务相结合，忌过度服务。

4．经营环境创新

建筑风格、装修与经营环境的全面、系统设计餐饮、娱乐等要符合实际经营，切勿凤毛菱角；停车场地要结合的合理设计；适度背景音乐的设置设计；空调温度设置与经营的关系；迎宾形式设计；花卉、小动物设置；包间的文化特色设计；绿色餐饮共建设计、养生休闲设计等等。

5．经营价格创新

价格是市场定位与供求规律决定的，降价必须以降低成本为基础；要从整体的角度考虑经济效益，合理并变化设置诱饵产品；打折不如送礼；优惠消费宜优惠于下次消费或其他消费；可设计淡季价格。餐饮不应出现“时价”，应该明确标价；餐饮应该对老、幼人弱势群体合理设置优惠产品。

6．企业管理创新

管理包括制度管理、机制管理、企业文化管理。制度管理（硬管理）是基础，但真正能够调动员工积极性、创造性的则是机制管理与企业文化管理（软管理），软管理比硬管理更重要。机制管理具体包括竞争机制与培训机制，激励机制与约束机制，选拔机制与淘汰机制，其中每两个是一对，必须同时讲。

五、结构调整，优化组合对产业机构、行业机构、企业结构、产品结构、地理结构、管理结构、所有制机构、人事结构、资金负债结构等各个机构方面先进行机构分析；每个机构的现状是什么？合理的应该是什么？优化的应该是什么？再抓住影响机构不合理的主要环节逐个解决。

机构调整要以提高企业的市场竞争力为导向，重点盘活企业的闲置资产，并把低效资产变成高效资产。如通过企业间的资产互换搞异地连锁经营。

六、积极促销，形成热点

好的促销措施可以为企业打造知名度、美誉度、信誉度、忠诚度。促销有广告促销、公共关系促销、新闻报道促销、价格促销、服务促销、文化促销、形象促销、信誉促销等形式，应该以广告为基础，通过综合运用而制造热点。

七、慎重发展，联合成强

搞基建必须慎之又慎。多元化经营必须慎之又慎。合并、兼并必须慎之又慎。

**第三篇：美容店创新经营**

雨总小弟又要麻烦你啦，我在帖子里看到雨总提起过你朋友要做美容店的项目咨询啦你，正好我朋友也开啦个所谓的美容店（两姐妹开啦一个美容工作室），现在不知该怎么发展请雨总指点：

一、美容工作室开在一个老小区，之前欠考虑。因为开在老小区里面不允许做广告，甚至人多啦可能一些老人都会管闲事，所以推广美容工作室不知道从何下手。

二、原来她们两个手上有20个客户（这20个客户都是一个店里面的，因为原来店老板娘不做所以两姐妹才开的工作室），但是到现在（美容工作室是2024年7月份开起来的）只来啦5个，其他的还没有来，说是在原来美容店的美容卡还没有用完（这点基本属实），所老客户这块还在跟进且心里没有底不知道会不会来。

三、老客户来的慢，那么我们就想找拓展新客户，但是我们从网络和发传单上面都起不到效果，甚至做免费体验来的人都很少，所以拓展新客户又是一硬伤。

四、工作室概况：房租3100一个月，基本设备都配齐，其余没有什么开销，我们开美容工作室的目标是：两个女孩子每年收入5万，然后坚持2年左右在扩大经营。

五、我们做工作的方向是拉住老客户拓展新客户。拉住老客户方法：

1、送小礼品；

2、来做美容的客户我们一个项目其他地方做60分钟我们做90分钟，而且价格比同品牌的便宜。拓展新客户：基本上是没有方向啦，之前试过跟团购网合作但是人家根本看不上我们工作室，所以现在面临着老客户来的慢，而且没有把握让她们100%的来，新客户不知道从何下手。

另外我们工作室走的是简约干净的路线在老小区一个三室一厅的想搞豪华点也搞不起来，她们做的产品是克丽缇娜。现在是真的不知道该怎么做啦，我们最坏的打算是不管怎么样坚持到明年然后筹集资金在开一个大一点的美容店赌一把。希望雨总指点迷津。

回答：

哥们好：）

这问题是有点麻烦，呵呵：）基于你对我的思维想法的了解，咱们哥俩就长话短说啦：）

1、姐妹俩手头上有20位客户，来了5位，4：1的比例算不错啦。美容师拉客户是否有新启发？如果姐妹俩认识20位美容师（包括在其他美容院工作），那么就是20位美容师×10位客人/美容师×25%（4:1）=50位客户。

下一步工作重点就是想办法多认识附近美容院的美容师！拉拢美容师无非给高额提成佣金呗，前面开卡咱们赚的少点，后面续卡是不是就都是自己客户了？

2、“拉住老客户方法：

1、送小礼品；

2、来做美容的客户我们一个项目其他地方做60分钟我们做90分钟，而且价格比同品牌的便宜。”方法对路，赞！但送什么样的小礼品呢？我有个小建议：送免费体验卡，可以免费美容一到两次。两种玩法：

1、与介绍人有关，但自己不能单独免费消费，只能带朋友一起来消费，朋友持卡消费，自己因带来客户，所以也可以享受一次免费；

2、朋友持卡消费，与介绍人无关。周末不接待免费卡消费。

到姐妹美容院来消费的顾客，周围朋友的层次跟介绍人差不多，很有可能成为新顾客。而且朋友一起来美容，也算促进感情交友的一种方式。感觉这类利用熟人介绍熟人的方式行得同，不妨一试。

3、“美容室开在一个老小区，之前欠考虑。因为开在老小区里。不允许做广告，甚至人多可能一些老人会管闲事，所以推广美容工作室不知道从何下手。”

针对这类问题，咱们要想点巧妙办法，找到小区里有美容需求的客户群，这才是咱们的主力消费群！既然是老小区，那么街坊邻里就该比较熟悉，好，基本思路是先找到20位顾客，他们像种子一样，如果能享受到物美价廉的美容服务，他们一定会互相介绍，生意也就渐渐旺起来了。在做美容服务的时候，这些话相信都会推介到位的。

如何找到主流客户群？去美容院的人，多少有些经济基础。可先从车主入手，尤其从15万以下车主入手（宝马车主未必能成我们客户，他们比较挑剔）。早上等在车子旁边，见车主就迎上去，晚上等在停车场，再迎接没扫到的客户群。你是小区里面的住客，见到本区车主推销美容服务，不必担惊受怕，都是水到渠成之事。还有一点，白天在小区里见到带孩子的妈妈，也是不错的客户。

妈妈生完宝宝，日夜操劳，缺乏梳洗打扮，大都需要美容服务，但因为孩子，自己出不了远门享受美容服务，如果就在小区里，谁不乐意抬腿享受一下？

细节：宣传单不要拿手里，放包里，有意向再给客户，免得一些老人看得不顺眼。

真要把这几项落实到位了，也许，也许你们最后忙不过来，呵呵：）

从来没做过美容，也没开过店，以上想法不一定行，说得不好，请哥们你多多担待吧：）哈 好，顺祝你们生意兴隆：）

**第四篇：创新经营(管理)**

创新经营（管理）

前 言

一、创造与创新

1、创造

首创前所未有的事物（物质事物、精神事物）

2、创新

1）一般意义

创造运用在经济领域，则表现为创新，（在科技领域，则表现为发明、发现；在文化领域，则表现为创作。）

2）关系区别

① 创新是以创造为基础

② 创造更强调第一次的首创；创新则更强调永无止境的更新 ③ 创造一般可以对旧事物全盘否定的全新创造；创新则不是对原事物的全盘否定，而通常是在辩证的否定中的螺旋上升。④ 创造一般既有正向的创造，也有逆向的创造；创新则必须是正向的创造。

⑤ 具体定义

“企业家实行对生产要素的新的结合”（美国经济学家熊彼特）

3、创新内容(一般有五个方面)

① 引入一种新的产品或提供一种产品新的质量 ② 采用一种新方法

③ 开辟一个新的市场

④ 获得一种原料或半成品的新的供应来源

⑤ 实行一种新的企业组织形式

二、创新经营

“企业经营”与“创造学”的交叉结合，可形成一门新的学科，即“创新经营”

对企业而言，创新管理针对的就是“创新经营”。本文将围绕“创新经营”展开

内 容

一、“创新经营”的五大内容

1、创新精神——企业成败的关键

1）创新精神是企业家的主要标志，“经营者只有在从事创新活动时，才能成为企业家”（熊彼特）

2）创新精神在当前主要体现在能否“二次创业”，也就是把现有企业改造成符合市场经济要求的真正的现代企业。

3）二次创业精神（六十四字）

“解放思想，实事求是”——核心精髓

“积极探索，勇于创新”——创业特点

“艰苦奋斗，知难而进”——精神风貌

“学习外国，自强不息”——创新需要

“谦虚谨慎，不骄不躁”——创新风格

“同心同德，顾全大局”——创业保证

“勤俭节约，清正廉洁”——创业节操

“励精图治，无私奉献”——价值规范

2、知识创新——成功基础

知识创新集中体现在知识的更新和扩展（增长）

1）三类资源、市场和经营

各种产品——商品市场——商品经营

各种生产要素——要素市场——资产经营

产权——产权市场——资本经营

2）世界企业发展的历史与趋势

① 古典业主制——企业的所有权与经营权合一的业主家长制的“一体化”模式

②近代公司制——企业的所有权与经营权分离的“经理控制型”

模式

③ 现代企业制度——有限责任公司和股份公司为主导地位的，以

总经理为核心的经理群体共同决策的经营企业的集团化模式。我国的企业制度将按此历史规律推进。

3、观念创新——决定行动

1）转变四个观念

① 抓住机遇转为创造机遇

② 应变能力转为制变能力

2）调整七个概念

① 速度概念被更新

② 重量概念被改变

③ 边界概念被突破

④ 结构概念被替代 ⑤ 企业概念被转换 ⑥ 领导概念被深化 ⑦ 垄断概念被集中 ③ 创新思维转为系统思维 ④ 学习知识转为“知本”积累

4、思路创新——决定出路

1）资产经营（是企业成长发展的重要方式）

企业的成长发展两种基本方式：资本积累，资本集中

资本积累是依靠企业的商品经营，是任何企业都不能脱离的基础型发展方式。特点是不可缺少，但速度慢。

资本集中是把各种分散各不同法人或自然人之处的资本，通过资产经营的运作集中起来。特点是快速集中大量资本。

两种方式不是相互排斥的，而是相互补充，相互结合，各有优势。但对企业发展而言，在条件成熟时，大力开展资本集中，这是企业迅速增强竞争力的重要方式，甚至在一定程度上是主要方式。

2）资产经营的前提

① 产权清晰、权责明确、政企分开、独立法人。

② 出发点是在市场需求的引导下，开展优势互补。

③ 有规范的生产要素市场，产权市场与健全的法规制度。④ 有善于开展资产经营的企业家人才队伍。

3）资产经营的基本原则

① 开放原则——在开放中各社会企业的要素，开展优势互补

② 组织构建原则——现代企业制度为基础，优势企业为核心，资本为纽带，品牌为龙头。

③ 运营原则——商品经营为基础，市场需求为导向。

④ 效益原则——投入和产出相结合。

⑤ 求实原则——从实际出发，因地制宜

5、策略创新——最终体现

企业经营的核心问题是决策，决策离不开策略创新，它是创新精神及知识、观念、思路创新基础上的最终体现。

1）策略创新的思维方式

① 联想思维——从表露出来的行动和现象中由此及彼的思维方式

② 逆向思维——突破一般的逻辑顺序，从事实的相反方向寻找良

策的思维方式

③ 超前思维——以未来的“尺子”引导现在，使现在不断向未来目标前进的思维方式

④ 发散思维——对一个问题提出多种方案和设想的思维方向（转向思维、破坏性思维、迁移性思维）

2）判断潮流趋向的新观点

① 回归自然——以道道地地的原始方式呈现给顾客

② 回归人力——刻意让产品留给使用者一个“自己动手”的余地 ③ 回归本质——商品从“多样化”转为“维持本质” ④ 回归手工——通过手工操作，突出产品的个性

二、创造个性

1、五种心理

1）进取性心理

2）自信心心理

3）勇敢性心理

4）坚韧性心理

5）自主性心理

2、二项技能

1）察觉技能

2）想象技能

归 结

十个“一”

1、明确一个指导思想——实事求是

2、建立一个理论——社会认可论

3、具有一个掌握——国际发展动向

4、学会一个方法——造势头

5、形成一个认识——多样化

6、坚持一个观点——两点论

7、转变一个思维——系统思维

8、维护一个立足——明天和后天

9、树立一个精神——锲而不舍

10、确立一个根本——以人为本

上海大学社会经济发展研究院

研究员：朱砚龙

**第五篇：人民网评**

人民网评：兜住民生底线，织好社会救助安全网 李达仁

《社会救助暂行办法》即将于5月1日起施行。全国贯彻落实《社会救助暂行办法》电视电话会议4月22日在京召开，国务院总理李克强批示指出：“编织好让困难群众求助有门、受助及时的安全网，发挥社会救助的应有作用，兜住民生底线。”

近年来，社会保障制度进入快速发展时期，社会救助也由过去的补缺型进阶为如今的普惠型。然而，量上的膨胀和面上的扩大并不全然意味着社会救助水平和能力的提升，缺少统筹性的全国性法律法规，成为制约社会救助事业更好更快发展的“拦路虎”。正是在这样的背景下，《社会救助暂行办法》应运而生。既高树“托底线、救急难、可持续”的基本原则，又确立了以最低生活保障、特困人员供养、受灾人员救助、医疗救助、教育救助、住房救助、就业救助和临时救助为基本内容的社会救助制度体系。

社会救助是保障和改善民生的基本制度，以法治方式推进社会救助制度建设，无疑为更好发挥社会救助作用提供了法律依循和刚性约束。无论是见危不救、救助不力的社会“冷漠病”，还是救助失准的“养懒汉”问题，亦或是救助资金挪用、骗助骗保等行为，都将被置于法律视野下，这必将大大压缩这些问题的存在空间，确保每一笔社会救助资金、每一种社会救助资源都能真正用之于困难群众。这是法治时代的专利，更是民生保障的必需。

要看到，诸如救助机制漏洞多、救助资金缺乏、待救助人群逐年递增之类的问题，无不带有转型社会、初级阶段的特征。法律真空、制度漏洞需要给予耐心来填补，救助能力需要逐步提升，被急速的城镇化快车甩下的一些寡助失助者，也需要一个较长的时间过程来消化。对于社会救助中呈现的问题，要增强冷静看待问题的辩证思想和过程意识。既然需要一个过程，也就必需循序渐进付诸努力。不怕慢就怕站，问题只有在不断解决中才能最终得到解决。如今，《社会救助暂行办法》为社会救助确定了制度方位和努力方向，能不能把社会救助事业推向更为广阔的水域，关键就在于真正将政策落实落地。

再好的法律法规、政策制度，不落实就会落空。《社会救助暂行办法》怎样落实？首当其冲就是要着力协调各方，按照“一门受理、协同办理”的要求，构筑民政、卫生计生、教育、住房城乡建设、人力资源社会保障等部门各司其职、协调有力的工作协调机制。社会救助曾经深陷“九龙治水而水不治”的困局，无论是贵州毕节5名男孩垃圾箱烤火中毒身亡事件，还是南京女童饿死事件，都照见各方协调不力、相互推诿的问题。虽说“众人拾柴火焰高”，可真正要发挥出2+2>4的作用，谈何容易？往往各部门都有本难念的经，家家守着自己的固有利益不撒手、面对责任互踢皮球，能否顺利实现各方统筹协调合作，有赖行政智慧，更有赖继续深化改革，打破利益痼疾。

“德惟善政，政在养民”，一个社会文明与否，不在于物质财富有多么涌流，而在于民生疾苦是否得到庇护。社会救助古已有之，在近现代更是日显重要。时至今日，兜好民生之网的接力棒传递到我们这代人手中，这是时代赋予的责任，更考验着对得起时代的担当。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找