

<<向张瑞敏学什么>>

图书基本信息

书名：<<向张瑞敏学什么>>

13位ISBN编号：9787213044090

10位ISBN编号：7213044095

出版时间：2010-12

出版时间：浙江人民

作者：李野新

页数：228

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：<http://www.tushu007.com>

<<向张瑞敏学什么>>

前言

张瑞敏从小喜欢文学，他的理想是当记者，但是，经过“大跃进”和“文化大革命”的洗礼，张瑞敏成了那个年代特殊的产物——“老三届”。

时势的突变，让这个满怀梦想的文学青年尝到了弃学从工的无奈。

他顶替父亲进入了工厂，历任班组长、车间主任、厂长、家电公司副经理。

也正因如此，张瑞敏后来才有机会接管一个工业化的企业，这一切都预示着他的命运正在发生着变化。

1984年，张瑞敏由青岛市家电公司副经理出任青岛电冰箱总厂厂长，他引进了德国利勃海尔电冰箱生产技术，成立了海尔集团。

26年来，海尔集团以创新为核心，由一个亏空147万元的集体小厂发展成为2008年全球营业额1220亿元的中国家电第一品牌。

目前，海尔在全球建立了29个制造基地、8个综合研发中心、19个海外贸易公司，全球员工总数超过5万人。

2008年，海尔品牌价值高达803亿元，自2002年以来已7次蝉联中国最有价值品牌榜首，并在全世界享有盛誉。

回顾海尔的发展历程，海尔之所以能取得惊人的成绩，是因为在海尔管理实践中，张瑞敏将中国传统文化精髓与西方现代管理思想融会贯通，“兼收并蓄、创新发展、自成一家”，创造了富有中国特色而又充满竞争力的海尔文化。

“赛马不相马”、“激活休克鱼”、“斜坡球体论”、“五星级服务”等一系列先进的管理理念正是海尔快速发展的关键。

信息化时代，海尔又开始了信息化流程再造，着力打造卓越运营的商业模式，被管理界称为是“海尔的信息化革命”。

从“日事日毕、日清日高”的OEC管理模式，到每个人都面向市场的市场链管理，到“人单合一”的发展模式，再到“卓越运营”的商业模式。

张瑞敏在企业管理上的不断创新，赢得了全球管理界的高度评价。

海尔的成功离不开张瑞敏的辛勤付出。

他每天工作都超过12小时，无节假日休息。

张瑞敏经常选在周四出差，这样可以充分利用双休日办事，且总是独自出行。

他每天与员工一同用餐，无烟酒嗜好，有写日记的习惯，爱读书，喜欢读《论语》、《道德经》、《孙子兵法》等，又写得一手好文章。

他的座右铭是“做大事，不做大官”，十分推崇松下幸之助和杰克·韦尔奇。

可以说，张瑞敏的一切生活都是围绕海尔的，他把所有的精力都投入到了海尔的身上。

这也正是张瑞敏的人格魅力。

本书系统整理了海尔的企业文化精神、先进的管理理念、创新的经营模式等很多值得人们学习借鉴的东西，以期为国内的其他企业提供一本发展战略的参考书。

相信在不久的将来，会有越来越多的中国企业能够造出代表中国的世界名牌！

<<向张瑞敏学什么>>

内容概要

张瑞敏，海尔集团首席执行官，堪称“中国企业界的杰克·韦尔奇”。

26年来他领导下的海尔从一家亏损147万元的小企业成长为全球营业额超千亿规模的跨国公司，是中国企业走向世界的典范。

张瑞敏将中国传统文化精髓与西方现代管理思想融会贯通，“兼收并蓄、创新发展、自成一家”，创造了富有中国特色而又充满竞争力的海尔文化。

本书系统整理了体现张瑞敏思想的海尔企业文化、先进的管理理念、创新的经营模式等值得国内其他企业学习和借鉴的经验，相信是很好的参考教材。

<<向张瑞敏学什么>>

作者简介

李野新，中国资深品牌爆冷实战专家；古今中外智业传播机构创始人；中国生产力协会专家委员会专家；北京大学管理案例研究中心特聘讲师，十余年健康产品营销实战经验，北京大学医药行业EMBA，是理论与实践双栖实力派营销专家；首届中国企业职业经理人“中国十大最具影响力职业CEO”之一；“中国十大杰出营销经理人”之一；历任远东药业集团总裁，东北虎药业‘香港上市公司’总裁，修正药业集团生物公司总经理助理、策划总监、营销常务副总经理等高层管理职位、系博锐管理在线、华夏营销网、中国营销传播网、中国培训师网、中国策划专业网、中国直销传播网等30多家专业营销网站特约专家和专栏作者。

<<向张瑞敏学什么>>

书籍目录

第一章 无形胜有形——向张瑞敏学企业文化 天下万物生于有，有生于无 敬业报国，追求卓越 企业文化 海尔大学 融入全球不同的文化当中 创新是海尔文化的核心 知易行难 道法自然，天人合一

第二章 先谋势，后谋利——向张瑞敏学战略管理 及时进行战略转移 企业能力是多元化经营的基础和前提 东方亮了再亮西方 “三个三分之一”战略 先谋势，后谋利 人单合一 追求卓越运营

第三章 二次决策——向张瑞敏学决策管理 二次决策 先难后易 速度决定企业生死 必须有第三只眼睛 联合舰队模式 海尔的信息化革命 靠合适的时机进入

第四章 人人是人才，赛马不相马——向张瑞敏学人才管理 赛马不相马 一流的素质才能造就出一流的产品 必须走权力分散化这条路 优秀的员工从不在工作中寻找任何借口 海尔是海 创设互动的学习型团队 最根本的就是人的国际化

第五章 兵无常势，水无常形——向张瑞敏学竞争策略 要在国内获得竞争优势 海尔不打价格战，要打就打价值战 集中优势兵力打歼灭战 保持高于竞争对手的水平 以变应变，以变制变 不争而善胜 对抗不如对话，竞争不如竞合 要想与狼共舞，就必须变成狼

第六章 制造壁垒，制造完美——向张瑞敏学质量管理

第七章 管理无小事，永远如履薄冰——向张瑞敏学危机管理

第八章 天之道，不争而善胜——向张瑞敏学创新精神

第九章 没有个人崇拜，只有市场认可——向张瑞敏学领导理念

第十章 品牌=命牌——向张瑞敏学品牌管理

第十一章 用户资源为王，绝不对市场说不——向张瑞敏学营销攻略

第十二章 日事日毕，日清日高——向张瑞敏学oEc模式

第十三章 正确地做事，做正确的事——向张瑞敏学流程再造

第十四章 世界是平的，海尔是平的——向张瑞敏学全球化策略

<<向张瑞敏学什么>>

章节摘录

海尔全球经理人年会的最大特点是，海尔的培训是互动的：在海尔这个年会的日程表上，没有洽谈、订货的字眼，现场也听不到翻译们那些讨价还价的激烈语言，海尔将这种完全自由的交流称为互动——商商互动、技商互动、工商互动。

海尔文化感动着每一位海外海尔经理人，而海外海尔经理人的经验和信息对国际化经验尚不丰富的海尔来说也是一笔不小的财富。

经过这样的交流，国内与国外经理人互动，通过沟通、碰撞达到更高层次的通融，大家共同搭建一个海尔，共享一个世界名牌的平台。

海尔还十分注重文化的仪式感。

2001年6月17日，来自全球65个国家的360多名海尔海外经销商代表与张瑞敏、杨绵绵一起，在海尔合欢林举行五大洲海尔挂牌仪式，并将标有海尔旗和世界地图标志的美洲海尔、欧洲海尔、亚太海尔等各大洲铜牌挂在了合欢树上。

这是海尔种植的首批“合欢树”。

张瑞敏在仪式的致辞中说：“我们在世界地图每个与我们合作的国家的位置上种一棵合欢树，合欢树在中国的意思是合作双方能够双赢！

我们希望每个合作者在当地都是最成功的！

在每个洲我们都栽一棵雪松，雪松意味着长青发展！

我们选了一个非常好的日子——今天下雨，在中国这叫作‘化水为才’，我们希望每个合作者都能够当地获得最大的收益。

”看到自己所在国家的版图上种植的合欢树，沙特海尔经理人激动地说：“海尔的发展一年比一年快、一年比一年好，希望合欢树快快长大，像双方的合作一样迅速成长！

”真正的国际化企业，仅仅有产品销售到海外还不是完全国际化，只有融合世界各地的本地化特征才能形成企业的全球化文化。

为了加快国际化战略进展，张瑞敏的做法是先把洋人海尔化，再把海尔洋人化，再用海尔化的洋人来实现海尔国际化目标，其中最关键的环节是怎样让洋人认知、认同海尔的企业文化与价值观。

1999年4月30日，海尔在美国南卡罗莱纳州的坎登（amden）建成了它在北美的第一个家用电器的生产基地。

工厂里一共有200多名员工，除了总裁和财务主管两个人是从青岛海尔派来的之外，其余员工是美国人。

曾有记者问张瑞敏在美国办厂有什么意想不到的困难？

张瑞敏认为，其中一大困难就是海尔的管理会不会被外国人所接受，中美有文化差异，不仅有文化差异还有制度上的差异。

美国的工会、美国的工人本来对中国就有一些敌视或者有一些误解，都可以误打到海尔的头上来。

而海尔最好的办法就是借鉴多方面的东西，包括中国企业在那里的失败教训，以及其他外国企业在那里的成功经验。

在工厂里，海尔文化在很多场合都得到了强化，例如海尔旗与美国旗庄严地并排挂在车间上方；车间里很多译成英文的、象征海尔精神和理念的标语醒目而激动人心；还有海尔早期创业史的照片和一尊展现张瑞敏下令砸76台电冰箱的雕塑。

“在美国，你最终的目标就是要别人认同你的文化。

”张瑞敏认为，如果用压服的方法肯定不行，所以要找出两者共通的东西。

美国人就是要突出个人价值，比如在美国工厂的布告栏上会贴有很多激励员工的照片。

如果在中国，贴上员工个人的照片员工会很高兴，但在美国这还不够，要贴上员工全家的照片。

当然，也并不都是顺着来，开始时张瑞敏担心让美国人下班时排队搞自我清查，听起来有些天方夜谭，可美国员工对此没有任何反感，相反他们认为这就是海尔文化，重要的是海尔人一直就是这么做的。

但海尔坚持自己的企业文化时，也会根据美国的情况做些调整，比如，表现出色的员工在胸前佩戴笑

<<向张瑞敏学什么>>

脸的徽章，不过在青岛工厂里使用的哭脸徽章在这里就不见了。

2001年4月5日，为感谢美国海尔工业园给当地经济发展所作出的贡献，南卡罗莱纳州卡绍县政府决定无偿将美国海尔园附近的“协作大道”命名为“海尔路”，这是美国唯一一条以中国企业品牌命名的道路，也是首次以中国名牌产品的名字在美国命名道路，它象征着中国名牌产品在国际上的崛起和得到美国消费者的认可。

<<向张瑞敏学什么>>

媒体关注与评论

国力的较量在于企业的较量。

在中国企业家中，有资格与世界对话的人屈指可数，海尔总裁张瑞敏是中国企业界的典型代表。

——德国《生活周刊》美国有韦尔奇、比尔·盖茨，日本有松下幸之助、盛田昭夫，中国有谁？有一个赢得世界性赞誉的企业家——张瑞敏！

——日本《西日本新闻》拥有更多像张瑞敏一样惜时如金的企业家，中国将会在不久的将来，在世界经济中扮演更重要的角色。

——美国《商业周刊》张瑞敏是充满现代精神的企业家，他利用中国古代哲学思想，把一个困难重重的企业扭转成为商战中的赢家。

——美国《财富》

<<向张瑞敏学什么>>

编辑推荐

《向张瑞敏学什么》系统整理了海尔的企业文化精神、先进的管理理念、创新的经营模式等很多值得人们学习借鉴的东西，以期为国内的其他企业提供一本发展战略的参考书。

相信在不久的将来，会有越来越多的中国企业能够造出代表中国的世界名牌！

张瑞敏，海尔集团董事局主席兼首席执行官。

1949年5月1日出生于山东省莱州市。

这个共和国的同龄人，伴随着共和国一同走过了60年的风雨历程，他的身上赫然留下了共和国变化的深深烙印。

张瑞敏领导下的海尔经营理念和成功方法，是中国众多企业从“中国制造”到“中国创造”的学习样本，也是中国企业家本土管理的“圣经”，最适合创业者学习和借鉴最适合普通人研究和模仿。

<<向张瑞敏学什么>>

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:<http://www.tushu007.com>