第一图书网, tushu007.com

<<民族企业品牌之路>>

图书基本信息

书名：<<民族企业品牌之路>>

13位ISBN编号：9787302196440

10位ISBN编号：7302196443

出版时间：2009-3

出版时间：邹广文 清华大学出版社 (2009-03出版)

作者：邹广文 编

页数：201

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

前言

无论对于个人，还是对于企业，无论对于生活，还是对于事业，无论对于爱情，还是对于友情，什么是最有意义的呢？
我认为，能够持续发展才是最有意义的。
如果将任何事物都看做有生命的话，那么，保持生命的动能，延续生命的时间，创造生命的价值，丰盈生命的意义，这才是对生命的最大尊重，才能够将任何事情都做好，做到极致。
开拓百年民族企业的品牌培育之路，其思考的角度也源于此。
1888年，我的祖父发明了蚝油，从此开始了李锦记的创业之路，迄今已经有121年的历史了。
在这一百多年的时间里，李锦记从无到有，从小到大，从珠海南水，经过澳门、香港，走进了世界各地。
只要是有华人的地方，就会有李锦记品牌的产品。
李锦记不仅成为世界的民族企业，李锦记品牌也成为了民族的世界品牌。
在这一百多年的时间里，正好是世界变革最为剧烈、时代发展最为迅速、市场变化不断加快的时期。
身处这样一个时期，有很多的机会，也有很多的曲折。
但是，无论世界怎样改变，李锦记都能够与世共舞，与时俱进，由小到大，持续发展，拥有了今天的面貌，实属不易。
经常有人问，是什么成为背后的推手，我会告诉他，那就是梦想。
在我心中，始终有一个梦，那就是要将中国的饮食文化做成民族企业，要将中国的养生文化做成民族企业。
泱泱大国，历史悠久；中华文化，博大精深。
它是属于中华民族的财富，也是属于人类共有的财富。
作为炎黄子孙，有幸于其熏陶遗传，更有责任将其弘扬光大。
我的这个梦想，很大，又很具体。
说它大，是因为实现这梦想，责任很大，意义很大，空间很大，能量很大。
说它具体，是因为实现这个梦想的行动非常具体：做好产品，做好质量，做好市场，做好传播，做好品牌，没有一样不具体。
这个梦想，已经成为李锦记的两个使命，成为李锦记企业发展的核心推动力。
从梦想上升到使命，就从思想的层面进入到一定要做的行为层面。
这个升华很重要，这成为我们一直以来生生不息的前行动力。
在这个核心推动力的作用下，我们矢志不渝，永远创业，在打造一家世界的民族企业，培育一个民族的世界品牌的百年实践中，作了一些探索，有了一些经历，并仍然在前行的努力之中。
2003年，我认识了清华大学的杨家庆副校长，期间我有机会参与清华大学医学院的筹建工作，之后我们有了很多的交往。
杨校长参加过几次李锦记集团的创业纪念日，对我们的做事理念、做事作风、做事方法都有很深的了解。
2006年底，杨校长提出以李锦记的创业为案例，由清华大学的教授专家组成研究班子，写一本关于民族企业如何培育百年品牌的册子，响应国家自主创新的号召，推动中国企业做大做强，推动民族品牌持续发展。
虽然我清楚地知道，我们做得还远远不够，李锦记的品牌之路还很长，品牌发展还有很大的空间，但我觉得，由中国当今最好的学府力量来研究民族品牌的成长规律，探寻民族企业的持续发展，特别是以我们的百年实践为例，具有十分特别的意义。
这主要反映在以下三个方面。
中华民族在悠久的历史长河中创造了很多独特的优秀文化，将这些民族的瑰宝传播到世界，造就一大批民族企业，振兴民族经济，振奋民族精神，是利在当下、功在千秋，利在企业、功在国家，利在自己、功在天下的好事。
通过清华的研究，推动政府、企业、社会的广泛关注，其意义十分特别。

由于经济全球化，企业之间的边界也越来越模糊。
尤其是在当前全球经济危机情况下，更需要企业之间的相互交流。
把我们的实践、探索和经验拿出来，相互借鉴，互相启发，共同探索，共同提高，通过清华和企业的共同研究，来推动企业间的交流，同时也希望对国家制定有关政策能有所帮助，其意义十分特别。
李锦记走过了一百多年，尤其是近40年来的高速发展，有很多的探索和实践，有许多的思考和经验，非常需要认真地总结和提炼。
未来的变化会更大，变化的速度也会更快。
如何在未来一直都能够持续地发展？
这个总结和提炼对于李锦记的现在很有帮助，对李锦记的未来更有帮助。
通过清华的研究，提升我们的认知，提高我们的能力，推动我们更快更长久地发展，其意义十分特别。
借此机会，我要感谢清华大学顾秉林校长，要感谢杨家庆教授和刘美珣教授，要感谢邹广文教授、钱逊教授、吴娅茹教授、王生升博士和常晋芳博士，感谢李锦记的工作小组，有了他们的支持、努力、参与和付出，这本如此有意义的书才得以完成。

内容概要

“ 李锦记 ”决不只是一个孤立的品牌，而是一部有血有肉、跌宕起伏的家族企业百年奋斗的历史。
他们经过四代人一百多年的拼搏，特别是近三十多年来在第三代掌门人李文达先生的带领下取得了突破性的飞跃！
“ 李锦记 ”已成为业内的世界知名品牌。
他们在创造品牌的过程中也十分注意在家庭成员之间、老板与员工之间以及企业与合作伙伴和客户之间营造一种互相尊重、互相关爱、和谐团结的良好氛围。
这个“ 王国 ”就像一个充满活力、积极向上的大家庭。
《民族企业品牌之路——李锦记集团发展历程分析》一书，是编者们在对李锦记开展调查研究的基础上，参照国内外其他企业的经验和教训，从不同角度探索和总结“ 培育民族品牌，做强民族企业 ”的一些规律。

作者简介

邹广文，1961年生，哲学博士。
现为清华大学哲学系副主任，教授，博士生导师。
主要研究方向为哲学基础理论、文化哲学、当代社会发展。
在《中国社会科学》、《哲学研究》、《光明日报》等海内外杂志发表论文200余篇。
出版《文化哲学的当代视野》、《人类文化的流变与整合》、《社会发展的文化诉求》等学术著作6部。
主要学术兼职有北京市哲学学会常务理事，吉林大学等高校兼职教授，韩国成均馆大学客座教授等。
教育部“新世纪优秀人才”入选者，享受国务院颁发的政府特殊津贴。
代表性成果曾获省部级社会科学优秀成果一等奖。

<<民族企业品牌之路>>

书籍目录

序言一 矢志不渝，永远创业序言二 让李锦记告诉我们序言三 百年老店给我的启示第一章 全球化时代的百年民族企业——李锦记创业历程全景扫描一、百年李锦记的昨天与今天二、民族的世界品牌：中华文化成就卓越品牌三、世界的民族企业：面向全球化时代四、本书的主题第二章“思利及人”——李锦记的核心价值理念一、“思利及人”的由来和发展二、“思利及人”——中华文化核心价值的反映三、“思利及人”——儒商的人生追求四、“思利及人”在公司日常管理中的体现五、让“思利及人”成为每一位员工的行为指南六、“思利及人”——李锦记企业文化的核心第三章“自动波”领导模式——李锦记品牌长盛不衰的制度保障一、无形领袖二、发挥我们的潜能三、众人拾柴火焰高四、造福社会从“我们”做起第四章 永远创业——李锦记品牌成长的第一推动力一、创造历史二、以变应变三、信任的力量四、借路而行路更宽第五章 造福社会——李锦记的企业社会责任观一、民族企业履行社会责任的现状二、李锦记的企业社会责任理念三、李锦记履行社会责任的实践第六章 李锦记对民族品牌成长的启示一、经济全球化背景下的企业品牌战略二、反省：中国品牌文化建设的主要问题三、李锦记对民族品牌成长的启示后记 追寻民族企业的成长足迹

章节摘录

插图：第一章 全球化时代的百年民族企业——李锦记创业历程全景扫描滚滚长江东逝水，浪花淘尽英雄。
当今世界已处在全球化时代和信息网络时代，人类的经济、政治、社会、文化和人本身正在经历着前所未有的全面而深刻的伟大变革。
地球从来没有像今天这样“小”，变革从来没有像今天这样快，竞争从来没有像今天这样强。
大浪淘沙，不进则退。
国家的繁荣，基础在于经济；经济的发展，基础在于企业；企业的成败，关键在于品牌和文化。
中国民族企业的兴衰成败，对于中国经济的持续发展、国家的繁荣富强和人民的幸福安康，具有至关重要的意义。
最新数据表明，在全国1600多家“中华老字号”中，20%长期亏损，有的甚至被市场淘汰，70%勉强维持现状，只有10%通过改革创新焕发了青春，经营良好。
在这种情况下，中国民族企业应当从优秀的民族企业的发展实践中得到启示，居安思危，变被动防御为主动学习，强化自身的竞争力，树立民族品牌意识，积极吸纳和整合全球资源，打造全球产业链，以参与全球竞争。
以香港李锦记为代表的一些优秀民族企业，在这方面给我们做出了探索和表率。
在本书中，我们将以李锦记为主要研究个案，剖析一个百年民族企业一路风雨、一路开拓、一路探索、永铸辉煌的创业历程，并从中总结提炼出一些对当代中国民族企业发展具有借鉴意义的发展经验和价值理念，以期我们的民族企业能够更自信、更健康、更坚定地走向未来。
说起香港李锦记，很多人都会马上想到蚝油。
的确，李锦记是从制作销售蚝油起家的。
但是这家以生产蚝油起家的家族企业，风雨中走过了一百多年，跨越了三个世纪，从一家生产蚝油的家庭小作坊发展到民族的世界品牌和世界的民族企业。
是什么力量支撑和引导着她从昨天成功地走到今天，自信地迈向明天？
这家百年老店成为世界的民族企业和民族的世界品牌背后有什么“秘密”，她的成长对于中国民族企业和民族品牌的可持续发展有什么经验和启示？

后记

呈现于读者面前的这部《民族企业品牌之路——李锦记集团发展历程分析》，是清华大学人文社会学院与李锦记集团的校企合作项目“培育民族品牌，做强民族企业”的结题成果之一。
我们之所以选择李锦记、选择这样一个课题进行研究分析，源于在经济全球化时代，今天的中国民族企业面临着更为激烈的市场竞争。
显然，经济全球化程度的提高，意味着跨国公司的品牌形象以及吸纳整合全球资源的能力提高，而品牌形象和吸纳整合全球资源能力的提高则意味着竞争能力和赢利能力的提高。
随着全球公司全面进入中国，全球公司新的发展战略、新的管理结构以及新的理念和文化对我国企业带来了深刻的冲击。
在这种情况之下，我国企业必须居安思危，从优秀的民族企业的发展实践中得到启示，变被动防御为主动学习，强化自身的竞争力，树立民族品牌意识，积极吸纳和整合全球资源，打造全球产业链，以参与全球竞争。
而以李锦记为代表的中华民族企业，在这方面给我们做出了表率。
我们确信，通过对李锦记的个案解剖，一定会对今天中国民族企业的健康发展提供有益的启示。

编辑推荐

《民族企业品牌之路:李锦记集团发展历程分析》由清华大学出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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