第一图书网, tushu007.com

<<创新源自洞见>>

图书基本信息

书名：<<创新源自洞见>>

13位ISBN编号：9787511319005

10位ISBN编号：7511319009

出版时间：2012-2

出版时间：中国华侨出版社

作者：兰涛

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

索尼公司的创始人盛田昭夫先生，在日本已经成为一个神话式的人物，许多年轻人将他当作膜拜的偶像。
索尼这个世界著名品牌给他带来了举世无比的荣耀。
然而，很多人对他当初所经受的艰辛却不甚了解——他在塑造自己独一无二但并非完全日本化的角色时，是如何同根深蒂固的传统文化抗争的。
20世纪70年代至80年代，盛田昭夫是日本最耀眼，也是最具个人魅力的首席执行官，他是一位非常有天赋的企业家，与西方的诸多企业家关系亲密，足迹遍及全球，能从容应对各种文化氛围。
盛田昭夫先生一手创办了索尼公司，他一生都对日本实业怀有极大的激情，自始至终都在为索尼的发展贡献自己的最大力量。
他在企业的管理方法、东西方管理之间的差异和比较，以及社会交往中的处世哲学等诸多方面，都有自己的真知灼见。
他毫不掩饰自己对一些政治经济敏感话题的观点。
许多经济界人士都对他的坦诚直率和卓越远见钦佩不已，同时盛田昭夫先生也获得了许多世界政治领袖人物的赞赏。
作为世界一流的大企业家，盛田昭夫当之无愧地成为了国际商场上的风云人物，他素有“国际经营者”的美誉。
盛田昭夫曾三次成为美国《时代》周刊的封面人物，并在英国获得了“阿尔伯特奖章”。
“阿尔伯特奖章”仅授予过居里夫人、爱迪生、丘吉尔等世界著名人物。
世界上的任何事物都是有一个发展过程的，盛田昭夫的成功也并非是一蹴而就的，索尼公司奇迹的发生也绝不是偶然的。
盛田昭夫相信只有依靠创新的技术才能生产出与众不同的产品；但仅凭技术，是远远不够的，销售更为关键，只有将产品卖出去；才能获得事业上的发展；同时，还要将公司的产品全面普及到社会中，让人们了解产品的功用，这样就可以吸引潜在的购买者了。
他认为，产品制造商不能仅从当前的消费偏好出发。
许多消费者虽然尚未购买一种产品，但是他们拥有潜在需求，因此只有领先于时代，才能成功地去引导消费者购买新产品。
索尼公司有一个销售原则，那就是用新产品将公众消费吸引过来。
随着生产技术上的进步，同行业之间的竞争尤为激烈。
因此，要想在市场中取得主导地位，必须要不断创新。
现在，一种新产品在面世后只能在市场中活跃三个月左右，随后，其他公司就会模仿这种新产品。
索尼的产品在世界各地都非常地畅销，可谓是家喻户晓，而这一切，都离不开盛田昭夫。
以独特、创新的经营理念，使一个籍籍无名的日本小工厂发展成为一家世界知名的国际巨头企业。
在美国人和欧洲人眼里，盛田昭夫与他们曾经打过交道的典型日本商人形成了强烈的反差。
盛田昭夫既没有传统日本人那样沉默寡言，也没有过分的张扬，他既不冷漠无情，也没有令人觉得高深莫测。
相反，他就如同一部马力十足的发动机，他对社交情有独钟，在很多场合，他都是以热情主动、幽默风趣的绅士风度展示于人，令人不禁心生亲近之意。
盛田昭夫先生超乎常人的思维、卓越的创新意识，以及他创业时不屈不挠的奋斗精神，不但为他赢得了世人的尊敬和赞誉，更为社会的进步做出了极大的贡献。
本书细致地讲述了盛田昭夫先生的成长和创业经历，以及他从商数十年的经营之道，希望读者能从本书中得到一些有益的启迪。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书详细讲述了盛田昭夫的成长和创业经历，以及他从商数十年的经营之道。
盛田昭夫超乎常人的思维、卓越的创新意识，以及创业时不屈不挠的奋斗精神，相信会给你带来不少启示和感悟。

书籍目录

第一篇 盛田昭夫的成长电子产品主导了时尚消费的潮流，给人们带来了无穷的快乐，影响了全世界无数的人。
而在这些具有时代特征的产品中，我们经常可以见到“ SONY ”的标志，作为一个生产电器的厂家，索尼是行业内当之无愧的巨头。
如今索尼早已成为一个世界知名品牌，从一个艰难生存的小作坊发展成今天一个全球性的大公司、大集团。
可以说，索尼成长的道路其实就是索尼创始人盛田昭夫的个人成长和创业发展道路。
第一章 天赐的礼物——盛田家的第15代掌门人生下来就是老板盛田家的“ 长子式教育 ”与留声机结缘以最差的成绩进入中学第二章 结识井深大，艰难创业在战争中读大学战争归来，与井深大在东京相遇创业第一步：放弃继承权梦想第一步——创建东京通信工业公司第三章 目光长远，打响索尼品牌晶体管专利的签订索尼王国的诞生不跟随潮流，而是引导潮流第四章 SONY巧克力事件与常驻美国一块巧克力引发的商标争夺战宁可放弃巨额订单也要维护SONY商标试水国际市场第五章 新锐评论——学历无用论结婚和找工作一生仅有一次的时代过去了人尽其才——代笔的高野学历无用论的诞生学历=能力吗第六章 Walkman随身听的奇迹开天辟地“ Walkman ”抓住通信民营化的机遇第七章 左膀右臂——岩间和夫和大贺典雄妹夫岩间和夫岩间和夫的卓识远见——CCD小子盛田昭夫苦劝十年的人——大贺典雄售出全世界第一张CD第八章 财界总理——物美价廉无罪反驳“ 日本异质论 ”学术界刮来“ 盛田昭夫风 ”第九章 开拓新领域，勇闯好莱坞开拓新领域，好莱坞的空降兵产业融合——索尼进军电影业的理论基础第十章 悠然日落——永远的盛田昭夫盛田昭夫黯然引退一生挚友井深大的离去艰难和病魔抗争在最后的日子里第二篇 盛田昭夫的商道索尼从创建开始就被深深地打上了盛田昭夫的个人烙印，而盛田昭夫个人也对外彰显着索尼的独特风格。
从初建到壮大，索尼发展的点滴之间都可见盛田昭夫的远见卓识和出色的经营能力。
如果把索尼比作一艘大船的话，那么在过去的历史上盛田昭夫无疑是这艘船最核心的掌舵者和精神领袖。
第十一章 创新永远是企业的第一生产力以新求胜，才能使企业保持竞争力创意永无止境，从细微处入手创意在先，执行力更重要想得到一棵健康的移栽树，就要先“ 曲根 ”树立一个目标，调动人才的创造力第十二章 创造市场，引领新潮流逆转思维是销售要掌握的技巧质量和信誉第一，要在逆境中看到希望不拘泥于常规，敢于突破想要走向世界，先要打造可以走向世界的人才革新，除了技术革新外还有市场的革新第十三章 好东西不一定好卖，最重要的是在人们眼里是否值得准确定位产品的消费者机遇青睐拥有宏观经济观念的领导第十四章 学历无用，不拘一格降人才舍得放权，领导者不必事必躬亲好的领导，懂得惜才不要深究员工的过错用什么样的人才，便成就什么样的事业以兴趣育人，使员工获得最好发展第十五章 对待同样的事情，盛田昭夫的独到之处让会议成为工作的助推器独具匠心，亲力亲为发挥集体的智慧更有效率对待犯错误的员工，宽容和严厉应该并重第十六章 让全体员工都贡献出自己的智慧不因为过失而开除员工不要向雇员表示你是一个艺术家必须保持对研究、开发和服务的投资国家的强大，小节见真谤对员工负责任，是企业的义务第十七章 永不言败，永不放弃，一定能想出解决问题的办法永不言败，平静下蕴藏着勃勃生机别人可以，你当然没问题！
从问题中寻找答案第十八章 不为小利所动，要有大视野和长远目标目光长远，不为蝇头小利所动实现长远目标，不能只依靠个人力量唯有掌握制定技术规格的权力，才是市场的头号赢家第十九章 盈利才是硬道理商战中，竞争力决定得失企业要想成功，要自上而下地追求卓越第二十章 不仅要会赚钱，更要会用钱学会经营，需要的投资绝不吝啬舍得必要投入，换来长远发展只搞研究并不足以保持公司的繁荣质量与信誉是最坚强的力量第二十一章 索尼精神——我们是一家人领导风格决定企业精神一山能容二虎，合作伙伴的信赖生产产品的车间比工人的家还舒服各得其所，员工与企业共进退敢于讲真话，敢于接受不同的意见必须搞清楚如何使用新员工称雄天下，要让所有人因你而幸福第三篇 盛田昭夫的智慧盛田昭夫的一生可以说完全是在索尼的舞台上完成的。
盛田昭夫是索尼最完美的代言人和形象大使。
他不仅用尽全力、倾其一生为索尼贡献了自己的一切，为世界留下了这个丰富多彩、生命力旺盛的商

业王国，也为我们的人生发展留下了宝贵的人生智慧。
第二十二章 每个人都会遇到困难，帮助别人就是帮助自己在别人遇到困难时，尽力去帮助从朋友的质量中可以得知一个人的价值第二十三章 像激光一样专注于工作不要对细节放松警惕想要脱颖而出，就要专注始终专注于问题的本质，才能解决好问题第二十四章 尊重他人就是尊重自己要赢得别人的尊重，就要先学会尊重他人你必须拥有正义感第二十五章 一定要有归零的心态、开放的胸怀宽容让人如浴春风人们不可能也不希望死守过去会玩的人才会更成功第二十六章 如果没有“ 赠品 ”，就赠送笑容不同的世界，相同的笑容要用心去招待客人勤俭节约，钱要用在刀刃上第二十七章 奋斗不止，世上无事不可为不要奢望成功的道路上一帆风顺世上无事不可为困难中包含着新的机遇第二十八章 要想获得成功，就要比别人多付出与强者合作，谋求自身发展经验指引发展的脚步不畏艰辛才能解决好问题无论处于何种境地，都不要丧失勇气人都是有潜能可挖的抓住每个发展机遇盛田昭夫语录盛田昭夫大事记

章节摘录

版权页：第一章 天赐的礼物——盛田家的第15代掌门人盛田昭夫和他所创立的索尼公司创造了日本经济界甚至世界经济界的传奇，这个故事要从九十年前日本的一个普通的小村庄说起。
1921年1月，在一个飘雪的日子里，日本国爱知县首府名古屋市，一个有三四百年历史的酿酒世家里又增添了一个小生命——盛田昭夫。
他的到来使全家格外高兴，而希望有一个男孩来继承祖业的父亲更是狂喜不已。
生下来就是老板1921年1月26日，名古屋的一个有着三百多年历史的酿酒世家终于迎来了它的第15代掌门人、日后日本经济界的灵魂人物——盛田昭夫。
在日本，米酒不仅是一种民族饮料，对于日本人而言，它也是一种文化的象征，它甚至还是众多的宗教礼仪中的一个组成部分，例如在传统的婚礼上，新郎和新娘要共饮一杯米酒。
在名古屋，盛田家酿造的一种“子日松”牌的米酒已有三百多年的历史，是日本闻名的酿酒世家。
同时，盛田家也生产和每个日本人的日常生活都息息相关的酱油和豆酱。
不过，盛田家族到了盛田曾祖和祖父这两辈时，由于二老都倾心于文化艺术的鉴赏，沉迷于收藏中日两国精美的古玩和工艺品，并将大量金钱花费于公众活动和慈善事业中，无心经营公司，因此，公司的经营状况日趋颓废。
到了盛田昭夫的父亲盛田久左卫门接手时，盛田公司已经只是个空壳了。
盛田久左卫门曾就读于东京庆应大学的企业管理专业，学习成绩良好，但由于家族事业出现危机，他不得不中途辍学，回家掌管企业。
好在久左卫门天生具备出色的管理才能和经济头脑，在他的辛勤努力之下，盛田公司慢慢恢复了元气，并有了更进一步的发展。

编辑推荐

《创新源自洞见:盛田昭夫的商道公开课》编辑推荐：盛田昭夫（1921年1月26日～1999年10月3日），日本实业家、索尼公司创办人。
盛田昭夫拥有无穷的好奇心和新思维，他的“无论何时何地，甚至在户外都能欣赏最爱音乐”的想法，创造了极为成功的Walkman“随身听”品牌，从此开启了一种全新的生活方式。
盛田昭夫是出色的企业家，无论他走到哪里，都会有很多人追从，他总是漂亮地发布号令。
但是，只有索尼（SONY）这个舞台，让他最大限度地发挥了领导者的天赋，开发了他潜在的能力，使他成为让世界永远记住的企业家。
1998年，作为唯一的亚洲人，盛田先生被美国《时代周刊》评选为20世纪20位最有影响的商业人士之一。
他们曾经这样改变世界，你也可以。
与全球商界最推崇的“东方商圣”零距离。

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