

<<世界500强企业管理理念精选>>

图书基本信息

书名：<<世界500强企业管理理念精选>>

13位ISBN编号：9787111181408

10位ISBN编号：7111181409

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业出版社

作者：邱庆剑

页数：331

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>

<<世界500强企业管理理念精选>>

内容概要

本套丛书采撷了世界500强企业的管理精华，希望能给国内的企业管理者一个开拓管理视野，全面了解世界500强企业的管理窗口。

本书是该套丛书中的一本，一部深入世界500强企业“灵魂”的图书，精辟地提炼了世界500强企业中发展势头良好的企业，及长盛不衰的百年老店式的管理理念，包括战略管理理念、品牌管理理念、人力资源管理理念、危机管理理念、财务管理理念、创新管理理念。

本书语言精炼、故事生动、可读性强，可以帮助企业经营管理者领悟到企业生存和发展的深刻道理。

怎么想，比怎么做更重要，思路决定出路，理念左右成功。

世界500强企业在其成长过程中，沉淀、总结出独具特色的管理理念，这些理念同时是这些成功企业的企业文化之核心，是这些企业的灵魂。

学习这些理念，就是学习成功企业管理中最本质的东西。

本书包括战略管理理念、品牌管理理念、人力资源管理理念、危机管理理念、财务管理理念、营销管理理念、创新管理理念等七部分。

在编写过程中，坚持了两个基本原则；选择最有代表性的企业，选择最具可读性的案例。

它适合企业老板、中高层管理者，以及想提升个人能力的基层职员阅读。

作者简介

邱庆剑，中国注册会计师，咨询专家，主要研究方向为财务控制、税收筹划和人力资源管理，长期为企业提供财税、税收筹划和人力资源管理，长期为企业提供财税、人力资源、市场营销等方面的服务。

先后在国营企业、外资企业、民营企业担任财务总监、人力资源总监、市场总监和总经理职务。

现为某集团公司财控中心总经理。

出版有《忠诚胜于能力》、《决不安于现状》、《财富数学》等畅销书，以及《改变世界的管理方法》、《人力资源管理工具箱》等多部管理著作。

书籍目录

- 序 / 第1章：世界500强企业战略管理理念
- 理念1 战略眼光贵在长远 / 3埃克森美孚（Exxon Mobil），美国企业，主营炼油。
- 理念2 顺应自然法则，及时而从容 / 5松下电器（Matsushita Electric Industrial），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念3 志存高远，扩大优势 / 7通用电气（General Electric），美国企业，多元化公司。
- 理念4 认识竞争对手存在的价值 / 9微软公司（Microsoft），美国企业，主营计算机软件。
- 理念5 假借外力，合作共生 / 11松下电器（Matsushita Electric Industrial），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念6 低价胜于降价 / 13松下电器（Matsushita Electric Industrial），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念7 只要是快车，不妨搭一程 / 16伊士曼柯达（Eastman Kodak），美国企业，主营科研、摄影设备。
- 理念8 用创新引领潮流 / 17索尼公司（Sony），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念9 收缩战线，做精做强 / 18诺基亚（Nokia），芬兰企业，主营网络通信设备。
- 理念10 战略性地“落后”，避免挨打 / 21惠普（Hewlett—Packard），美国企业，主营计算机办公设备。
- 理念11 紧跟潮流 / 22松下电器（Matsushita Electric Industrial），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念12 不要被虚假的胜利所迷惑 / 23宝洁公司（Procter & Gamble），美国企业，主营家居个人用品。
- 理念13 低调学习，伺机而动 / 25伊士曼柯达（Eastman Kodak），美国企业，主营科研、摄影设备。
- 理念14 先提供免费的午餐 / 27可口可乐（Coca-Cola），美国企业，主营饮料。
- 理念15 用差异化实现与众不同 / 28东芝（Toshiba），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念16 战略转向，贵在果断 / 30国际商用机器（Intl, Business Machines），美国企业，主营计算机办公设备。
- 理念17 敢于牺牲基础产品利润 / 32伊士曼柯达（Eastman Kodak），美国企业，主营科研、摄影设备。
- 理念18 率先将科技转化为生产力 / 34西门子（Siemens），德国企业，主营电子、电气设备。
- 理念19 在适当的风险中前进 / 35现代汽车（Hyundai Motor），韩国企业，主营汽车与零件。
- 理念20 防人之心不可无 / 38波音（Boeing），美国企业，主营航天国防设备。
- 理念21 要敢于追求远大目标 / 40三洋电机（Sanyo Electric），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念22 先栽大树后乘凉 / 42埃克森美孚（Exxon Mobil），美国企业，主营炼油。
- 理念23 学习，不妨与狼共舞 / 43通用汽车（General Motors），美国企业，主营汽车与零件。
- 理念24 不要搞小而全 / 45麦当劳（McDonalds），美国企业，主营饮食服务。
- 理念25 避开法律障碍 / 46埃克森美孚（Exxon Mobil），美国企业，主营炼油。
- 理念26 供应商的灾难也是你的灾难 / 48诺基亚（Nokia），芬兰企业，主营网络通信设备。
- 理念27 把钱投向未来的热门行业 / 50希尔顿集团（Hilton Group），英国企业，主营酒店。
- 理念28 用知识开路 / 52本田汽车（Honda Motor），日本企业，主营汽车与零件。
- 理念29 小城镇包围大城市 / 54沃尔玛（Wal-Mart Stores），美国企业，主营商品零售。
- 理念30 抢在对手之前出手 / 57国际商用机器（Intl, Business Machines），美国企业，主营计算机办公设备。
- 理念31 懂得选择，学会放弃 / 59松下电器（Matsushita Electric Industrial），日本企业，主营电子、电气设备。
- 理念32 多元化经营。
- 齐头并进 / 61佳能（Canon），日本企业，主营计算机办公设备。
- 理念33 让内部管理成为冒险的坚强后盾 / 65现代集团（Hyundai），韩国企业，多元化经营。
- 理念34 将规模建立在稳固的基础之上 / 67壳牌石油（Royal Dutch / Shell Group），英国—荷兰企业，

<<世界500强企业管理理念精选>>

主营炼油。

第2章：世界500强企业品牌管理理念理念1 品牌靠“无形”制胜市场 / 73可口可乐（Coca-Cola），美国企业，主营饮料。

理念2 信誉造就品牌美誉度 / 75摩根大通（J, P, Morgan Chase），美国企业，主营商业与储蓄银行。

理念3 给品牌取一个好名字 / 77埃克森美孚（Exxon Mobil），美国企业，主营炼油。

理念4 让消费者意识到自己的需要 / 78百事可乐（PepsiCo），美国企业，主营饮料、食品。

理念5 巧妙地展示自己的高品质追求 / 79大众汽车（Volkswagen），德国企业，主营汽车与零件。

理念6 树立消费者的信心 / 80丰田汽车（Toyota Motor），日本企业，主营汽车与零件。

理念7 不要试图改变消费者的品牌认知 / 82可口可乐（Coca-Cola），美国企业，主营饮料。

理念8 品牌形象再造 / 84国际商用机器（Intl, Business Machines），美国企业，主营计算机办公设备。

理念9 在适当的时候制造新闻 / 85福特汽车（Ford Motor），美国企业，主营汽车与零件。

理念10 把广告投放在最有价值的地方 / 86可口可乐（Coca-Cola），美国企业，主营饮料。

理念11 可以亏利润，但不可以损形象 / 88英国航空（British Airways），英国企业，主营航空业务。

理念12 充分认识区域文化 / 90百事可乐（PepsiCo），美国企业，主营饮料、食品。

理念13 使消费者更容易记住你 / 91索尼（Sony），日本企业，主营电子、电气设备。

理念14 文化是品牌之魂 / 93可口可乐（Coca-Cola），美国企业，主营饮料。

第3章：世界500强企业人力资源管理理念理念1 打造高素质的员工队伍 / 97迪斯尼（Walt Disney），美国企业，主营娱乐。

理念2 综合素质比经验更可贵 / 99微软公司（Microsoft），美国企业，主营计算机软件。

理念3 管理的前提之一是授权 / 101三星电子（Samsung Electronics），韩国企业，主营电子、电气设备。

理念4 管理者不是终身制 / 102本田汽车（Honda Motor），日本企业，主营汽车与零件。

理念5 关键的是把人才留下来 / 104通用电气（General Electric），美国企业，多元化公司。

理念6 优秀人才值得不惜代价地去争取 / 106微软公司（Microsoft），美国企业，主营计算机软件。

理念7 用人风险在于机制而不在于年龄 / 108福特汽车（Ford Motor），美国企业，主营汽车与零件。

理念8 培训是最划算的投资 / 110通用汽车（General Motors），美国企业，主营汽车与零件。

理念9 实行内部开放 / 111惠普（Hewlett-Packard），美国企业，主营计算机办公设备。

理念10 考察人才不是短时间的东西 / 112通用电气（General Electric），美国企业，多元化公司。

理念11 有野心的人常常是最有价值的人 / 115通用汽车（General Motors），美国企业，主营汽车与零件。

理念12 采用人性化的激励手段 / 116通用电气（General Electric），美国企业，多元化公司。

理念13 不要滥用你的否决权 / 117松下电器（Matsushita Electric Industrial），日本企业，主营电子、电气设备。

理念14 用“心”去关注细节 / 119三洋电机（Sanyo Electric），日本企业，主营电子、电气设备。

理念15 礼轻情谊重 / 121索尼（Sony），日本企业，主营电子、电气设备。

理念16 不用意志薄弱者 / 122松下电器（Matsushita Electric Industrial），日本企业，主营电子、电气设备。

理念17 引进“鲶鱼”。

培育竞争 / 124本田汽车（Honda Motor），日本企业，主营汽车与零件。

理念18 重视员工的意见和建议 / 126国际商用机器（Intl, Business Machines），美国企业，主营计算机办公设备。

理念19 人为地制造危机 / 128日立（Hitachi），日本企业，主营电子、电气设备。

理念20 虚拟末日，警示员工 / 130波音（Boeing），美国企业，主营航天国防。

理念21 薪酬竞争力带来人才竞争力 / 132福特汽车（Ford Motor），美国企业，主营汽车与零件。

理念22 用人不能以个人喜好为标准 / 135国际商用机器（Intl, Business Machines），美国企业，主营计算机办公设备。

理念23 培养员工从最基层的工作做起 / 137麦当劳（McDonalds），美国企业，主营饮食服务。

<<世界500强企业管理理念精选>>

理念24 挖人才。

要不惜代价 / 138福特汽车 (Ford ' Motor ') , 美国企业, 主营汽车与零件。

理念25 做员工不愿意做的事情 / 140松下电器 (Matsushita Electric Industrial) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念26 用关爱打动员工 / 141麦当劳 (Mc}onalds) , 美国企业, 主营饮食服务。

理念27 让失败的员工重树信心 / 143埃克森美孚 (Exxon Mobil) , 美国企业, 主营炼油。

理念28 制度面前, 人人平等 / 144松下电器 (Matsushita Electric Industrial) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念29 让人才替你做事, 而不是自己去做 / 145迪斯尼 (Walt Disney) , 美国企业, 主营娱乐。

理念30 最重要的是留住人才 / 146国际商用机器 (Intl , ' Business Machines) , 美国企业, 主营计算机办公设备。

理念31 管理是授权他人, 以实现你的意志 / 147戴尔 (Dell) , 美国企业, 主营计算机办公设备。

理念32 胡萝卜加大棒 / 148松下电器 (Matsushita Electric Industrial) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念33 热爱员工。

以心换心 / 150东芝 (Toshiba) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念34 批评是一门艺术 / 152松下电器 (Matsushita , Electric Industrial) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念35 关心员工的家人 / 154麦当劳 (Mc[) onalds) , 美国企业, 主营饮食服务。

理念36 坚持正确的事情 / 156索尼 (Sony) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念37 裁员不是最好的办法 / 158松下电器 (Matsushita ' Electric Industrial) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念38 铲除官僚主义 / 160通用电气 (General Electric) , 美国企业, 多元化公司。

理念39 让管理者多走动 / 162麦当劳 (McDonalds) , 美国企业, 主营饮食服务。

理念40 强化上下级之间的沟通 / 163通用电气 (General Electric) , 美国企业, 多元化公司。

理念41 别在“不可能”面前妥协 / 165福特汽车 (Ford Motor) , 美国企业, 主营汽车与零件。

理念42 让员工参与决策 / 167通用电气 (General Electric) , 美国企业, 多元化公司。

理念43 化解文化冲突 / 168惠普 (Hewlett-Packard) , 美国企业, 主营计算机办公设备。

理念44 管理要问“为什么” / 170丰田汽车 (Toyota.

Motor) , 日本企业, 主营汽车与零件。

理念45 把机会让给善于学习的人 / 171英特尔 (Intel) , 美国企业, 主营半导体。

理念46 人才本土化 / 173雀巢 (Nestle) , 瑞士企业, 主营食品。

理念47 培训职工以保证产品质量 / 175西门子 (Siemens) , 德国企业, 主营电子、电气设备。

理念48 用愿景激发斗志 / 177松下电器 (Matsushita Electric Industrial) , 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念49 结果才是最重要的 / 179英特尔 (Intel) , 美国企业, 主营半导体。

理念50 让新员工尽快融入企业 / 182西门子 (Siemens) , 德国企业, 主营电子、电气设备。

理念51 让员工从小事学起 / 184迪斯尼 (Walt Disney) , 美国企业, 主营娱乐。

理念52 塑造员工的忠诚 / 186伊士曼柯达 (Eastman Kodak) , 美国企业, 主营科研、摄影设备。

理念53 实施全方位的人才激励 / 189巴斯夫 (BASF) , 德国企业, 专营化学品。

理念54 环境激励 / 192惠普 (Hewlett-Packard) , 美国企业, 主营计算机办公设备。

第4章: 世界500强企业危机管理理念理念1 没有绝对强大的企业 / 197微软公司 (Microsoft) , 美国企业, 主营计算机软件。

理念2 积极、主动、坦诚地处理危机 / 199强生 (Johnson&Johnson) , 美国企业, 主营制药。

理念3 辩解不如积极面对 / 201埃克森美孚 (Exxon Mobil) 美国企业, 主营炼油。

理念4 顺应趋势, 主动改变 / 203麦当劳 (McDonalds) , 美国企业, 主营饮食服务。

理念5 变危机为良机 / 205波音 (Boeing) , 美国企业, 主营航天国防。

<<世界500强企业管理理念精选>>

理念6 让你的音量。

盖过谣言的音量 / 207宝洁 (Procter & Gamble), 美国企业, 主营家居个人用品。

理念7 分兵合进, 各个击破 / 209克莱斯勒 (Daimler Chrysler), 美国企业, 主营汽车与零件。

理念8 拿出权威证明以化解危机 / 211可口可乐 (Coca-Cola), 美国企业, 主营饮料。

理念9 尊重顾客。

承担责任 / 213家乐福 (Carrefour), 法国企业, 主营食品、药品。

理念10 及时与公众对话 / 214雀巢 (Nestle), 瑞士企业, 主营食品。

理念11 让消费者亲眼看见 / 215宝洁 (Procter & Gamble), 美国企业, 主营家居个人用品。

理念12 把公众关心的事情做好 / 217杜邦公司 (DuPont), 美国企业, 专营化学品。

理念13 “讨好”民众 / 218日立 (Hitachi), 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念14 完善制度以防患内部危机 / 219三菱集团 (Mitsubishi Tokyo Financial Group), 日本企业, 主营金融贸易等。

第5章：世界500强企业财务管理理念理念1 理财从细节做起 / 223埃克森美孚 (Exxon Mobil), 美国企业, 主营炼油。

理念2 高品位的吝啬是美德 / 224沃尔玛 (Wal-Mart Stores), 美国企业, 主营一般商品零售。

理念3 精确造就卓越 / 225埃克森美孚 (Exxon Mobil), 美国企业, 主营炼油。

理念4 让节俭成为一种文化 / 227美国航空公司 (AMR), 美国企业, 主营航空业务。

理念5 认真分析投资的可行性 / 228波音 (Boeing), 美国企业, 主营航天国防。

理念6 消除“失败成本” / 230通用电气 (General Electric), 美国企业, 多元化公司。

第6章：世界500强企业营销管理理念理念1 服务胜于竞争 / 235希尔顿集团 (Hilton Group), 英国企业, 主营酒店。

理念2 人性化服务 / 236迪斯尼 (Walt Disney), 美国企业, 主营娱乐。

理念3 借用相关产品的渠道 / 238本田汽车 (Honda Motor), 日本企业, 主营汽车与零件。

理念4 做别人没有想到的事 / 239雀巢 (Nestle), 瑞士企业, 主营食品、日常用品。

理念5 始终如一的服务态度 / 240波音 (Boeing) 美国企业, 主营航天国防。

理念6 市场信息就是机会 / 241三菱商事 (Mitsubishi), 日本企业, 主营贸易。

理念7 尽一切可能满足顾客需求 / 242波音 (Boeing), 美国企业, 主营航天国防。

理念8 先送后卖“套”住顾客 / 244埃克森美孚 (Exxon Mobil), 美国企业, 主营炼油。

理念9 先占领市场, 钱分期回收 / 245福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。

理念10 实现广告的“顺带效果” / 247富士胶卷 (Fuji Photo Film), 日本企业, 主营科学、摄影设备。

理念11 没有一成不变的市场 / 248福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。

理念12 向空白市场渗透 / 250西尔斯 (Sears Roebuck), 美国企业, 主营商品零售。

理念13 用亏本的方式打开市场 / 252伊士曼柯达 (Eastman Kodak), 美国企业, 主营科研、摄影设备。

理念14 射人先射马 / 254索尼 (Sony) 日本企业, 主营电子、电气设备。

理念15 实话实说, 以诚动人 / 256福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。

理念16 借用体育赛事做营销 / 258中国电信 (China Telecommunications), 中国企业, 主营电信业务。

理念17 打动孩子, 让亲情埋单 / 259麦当劳 (McDonald's), 美国企业, 主营饮食服务。

理念18 不要忽视地域文化 / 260宝洁公司 (Procter & Gamble), 美国企业, 主营家居个人用品。

理念19 文化平台, 经济表演 / 262菲亚特 (Fiat), 意大利企业, 主营汽车与零件。

理念20 用不同的商品征服不同的消费者 / 264丰田汽车 (Toyota Motor), 日本企业, 主营汽车与零件。

理念21 把营销建立在细分市场上 / 265雀巢 (Nestle), 瑞士企业, 主营食品。

理念22 借用客户智慧改善经营 / 267通用汽车 (General Motors), 美国企业, 主营汽车与零件。

理念23 让每一个人都买得起 / 268福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。

理念24 销售不仅仅是交货收钱 / 269三洋电机 (Sanyo Electric), 日本企业, 主营电子、电气设备。

<<世界500强企业管理理念精选>>

- 理念25 让消费者“顺带”购买 / 271沃尔玛 (Wal-Mart Stores), 美国企业, 主营一般商品零售。
- 理念26 找准市场的切入点 / 272伊士曼柯达 (Eastman Kodak), 美国企业, 主营科研、摄影设备。
- 理念27 用一流的微笑打动顾客 / 273希尔顿集团 (Hilton Group), 英国企业, 主营酒店。
- 理念28 方便消费者就是创造市场 / 275索尼公司 (Sony), 日本企业, 主营电子、电气设备。
- 理念29 激发消费者的好奇心 / 277福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。
- 理念30 与互补产品供应商合作营销 / 279松下电器 (Matsushita Electric Industrial), 日本企业, 主营电子、电气设备。
- 理念31 微笑是金 / 280麦当劳 (McDonalds), 美国企业, 主营饮食服务。
- 理念32 请顾客做参谋 / 281福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。
- 理念33 扩大原有产品的使用范围 / 282杜邦公司 (DuPont), 美国企业, 专营化学品。
- 理念34 关注消费习惯的差异 / 283宝洁公司 (Procter&Gamble), 美国企业, 主营家居个人用品。
- 理念35 请客户参与产品开发设计 / 285波音 (Boeing), 美国企业, 主营航天国防。
- 理念36 现在的市场容量并不重要 / 287大众汽车 (Volkswagen), 德国企业, 主营汽车与零件。
- 理念37 客户第一, 销售第二, 生产第三 / 288丰田汽车 (Toyota. Moto~'), 日本企业, 主营汽车与零件。
- 理念38 省掉中间环节 / 290戴尔 (Dell), 美国企业, 主营计算机办公设备。
- 理念39 重新界定竞争对手 / 291可口可乐 (Coca-Cola), 美国企业, 主营饮料。
- 理念40 用公众的爱国热情筑起长城 / 292克莱斯勒 (DaimlerChrysler), 德国企业, 主营汽车与零件。
- 理念41 学会怎样“吃掉”市场 / 294松下电器 (Matsushita Electric Industrial), 日本企业, 主营电子、电气设备。
- 理念42 服务比推销更重要 / 296国际商用机器 (Intl, Business Machines), 美国企业, 主营计算机办公设备。
- 理念43 “攻城”不如“攻心” / 299麦当劳 (McDonalds), 美国企业, 主营饮食服务。
- 理念44 充分利用网络开展营销 / 301戴尔 (Dell), 美国企业, 主营计算机办公设备。
- 理念45 提高客户满意度是成功营销的前提 / 304思科系统 (Cisco Systems), 美国企业, 主营网络通信设备。
- 理念46 不要忽视市场调研的时效性 / 307福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。
- 理念47 成功不能简单复制 / 310迪斯尼 (Walt Disney), 美国企业, 主营娱乐。
- 理念48 实施全方位的关系营销 / 312马狮集团 (Marks&Spencer), 英国企业, 主营商品零售
- 第7章: 世界500强企业创新管理理念
- 理念1 从生产模式的革新开始 / 317丰田汽车 (Toyota Motor), 日本企业, 主营汽车与零件。
- 理念2 客户的不满就是创新的机遇 / 319松下电器 (Matsushita Electric Industrial), 日本企业, 主营电子、电气设备。
- 理念3 从对手的弱点出发 / 320百事可乐 (PepsiCo), 美国企业, 主营饮料、食品。
- 理念4 眼光是“金”, 行动是“银” / 322施乐 (Xerox), 美国企业, 主营办公设备。
- 理念5 不要忽视偶然的细节 / 323杜邦公司 (DuPont), 美国企业, 专营化学品。
- 理念6 迅速将科技转化为生产力 / 324索尼 (Sony), 日本企业, 主营电子、电气设备。
- 理念7 新产品需要正确的市场定位 / 325杜邦公司 (DuPont), 美国企业, 专营化学品。
- 理念8 创新不能忽视系统思考 / 328福特汽车 (Ford Motor), 美国企业, 主营汽车与零件。
- 理念9 经营思想要与时俱进 / 329彭尼公司 (J, C, Penneyr), 美国企业, 主营商品零售。

媒体关注与评论

一部深入世界500强企业“灵魂”的图书。

怎么想，比怎么做更重要，思路决定出路，理念左右成功。

世界500强企业在其成长过程中，沉淀、总结出独具特色的管理理念，这些理念同时是这些成功企业的企业文化之核心，是这些企业的灵魂。

学习这些理念，就是学习成功企业管理中最本质的东西。

本书包括战略管理理念、品牌管理理念、人力资源管理理念、危机管理理念、财务管理理念、创新管理理念等七部分。

在编写过程中，坚持了两个基本原则：选择最有代表性的企业，选择最具可读性的案例。

它适合企业老板、中高层管理者，以及想提升个人能力的基层职员阅读。

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>