

<<张瑞敏如是说>>

图书基本信息

书名：<<张瑞敏如是说>>

13位ISBN编号：9787213026898

10位ISBN编号：7213026895

出版时间：2004-4-1

出版时间：浙江人民

作者：胡泳

页数：402

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>

## <<张瑞敏如是说>>

### 前言

我对海尔的关注始自1998年，其时，正值张瑞敏提出市场链流程再造。三年以后，《海尔中国造》一书问世，但对市场链的着墨不算太多，因为它是按照一本全景式的企业传记来写的，更多的是在梳理海尔在中国现行的社会、经济和文化条件下，如何演变为一领先企业的过程。

我对海尔的一个基本判断是，在改革开放后大部分人仍旧沉迷于技术革命所带来的进步时，海尔率先在中国掀起了管理革命。

自20世纪80年代以来，中国向市场经济的转轨和过渡造就了一个复杂的经营环境，它孕育着对新的组织模式和富有创新精神的管理模式的迫切需要。

而海尔就是在这块肥沃的“土壤”上长成一棵参天大树。

在接下来出版的“海尔MBA丛书”和《张瑞敏如是说》中，我力图从企业文化、管理模式、竞争战略、核心能力、国际化与网络化以及张瑞敏的领导之道等多个方面，具体诠释海尔对新型的富于中国特色的企业运作模式的不懈探索。

我曾经提出，海尔从小到大的成长依赖于八大秘诀：  
“要么不干，要干就要争第一”——追求卓越的企业文化。

“明天的目标比今天更高”——日清日高的素质管理。

“人人是人才，赛马不相马”——重在行动的人才观念。

## &lt;&lt;张瑞敏如是说&gt;&gt;

## 内容概要

海尔首席执行官张瑞敏先生，堪称中国企业界的“杰克·韦尔奇”。他领导下的海尔公司从一家亏损147万元的小企业成长为全球营业额达711亿元的跨国公司，被推为全球白色家电制造企业第5名，海尔有18年的时间走过了国内著名企业100多年走过的历程，“海尔——Made in China”已成为当今中国企业走向国际化的一面标杆旗帜。张瑞敏也被美国《纽约时报》称为“中国商界重塑自我、迎接全球经济挑战的象征”。他领导的海尔公司所创立和提出的企业文化和管理思想，如市场链、OEC管理模式、SBU等等，已成为中国企业不可多得的学习样本。

在《张瑞敏如是说：中国第一CEO的智慧》中，作者尽量“原汁原味”地记录了张瑞敏对海尔的企业文化、人才观、营销战略、国际化、管理模式等的思索和探求，辅之以精彩的背景介绍和理性分析。

书中还首次详尽披露了张瑞敏对2002年以来所遭外界质疑和非议、“后张瑞敏时代”的接班人、海尔的产权之结等敏感问题的真实心声。

这是一部全面、客观了解海尔的“真经”。

## &lt;&lt;张瑞敏如是说&gt;&gt;

## 书籍目录

序一 不用哲学看不清海尔序二 愿海尔红旗继续飘扬第一章 有生于无&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的企业文化道为万物之源海尔文化中包含了一些关键信念海尔文化的核心：创新内有文化，外有市场企业文化与企业家文化海尔词典CEO管理法斜坡球体定律吃&ldquo;休克鱼&rdquo;；长三只眼睛零距离市场链负债经营源头论SBU管理智慧 韦尔奇词典营销：外部的与内部的沟通：倍增的价值言传符号沟通身体力行相信变革企业之魂第二章 人人是人才 &mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的人才观盘活企业，首先盘活人先创名牌队伍，再创名牌产品上下同欲者胜热心诚心知心企业是人世界上最无价的东西是人心管理智慧 水坑型公司和河流型公司组织的各个层次都在思考个案观察 通用电气的&ldquo;群策群力&rdquo;；活动海尔大学个案观察 海尔大学的&ldquo;儒文化&rdquo;；没有培训的员工是负债价值观念培训实战技能培训个人生涯培训赛马不相马海豚式升迁权力分散化授权与监督相结合收与放的艺术海尔是海第三章 企业如同斜坡上的球体&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的OEC模式什么叫做不简单？什么叫做不容易？从13条起步日事日毕，日清日高&ldquo;电网&rdquo;；与&ldquo;沙发床&rdquo;；管理哲学的核心：提高素质抓反复、反复抓诛大为威纪律之美先变&ldquo;硬&rdquo;；，才能变&ldquo;软&rdquo;；管理智慧 6S建设性的工作伦理抓反复、反复抓诛大为威纪律之美先变&ldquo;硬&rdquo;；，才能变&ldquo;软&rdquo;；管理智慧6S建设性的工作伦理第四章 品牌是帆&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的品牌运营挥大锤的企业家质量的遭遇一个名牌的诞生把100万台与1台做成一个样只有品牌，才是真正的资产&ldquo;价值战&rdquo;；的打法企业金言张瑞敏谈价格战市场营销不是卖，而是买名牌没有国界，企业没有边界不为创汇为创牌把产品卖到世界上每一个角落从&ldquo;橄榄形&rdquo;；企业到&ldquo;哑铃形&rdquo;；企业个案观察耐克：超级品牌运营商做国际品牌运营商提升国家产品形象第五章 得用户者得天下&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的营销攻略企业的第一功能是开发市场案例：在美国建厂用户资源为王决胜在终端服务的海尔小处显不同卖信誉而不是卖产品就是要创造感动用户永远是对的视抱怨&ldquo;为金为礼&rdquo;；竞争合作狼和羊不存在合作竞合是为了获得速度不是管理规模，而是利用规模第六章 先谋势，后谋利&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的竞争战略环环相扣的战略转移保持持续健康地增长东方亮了再亮西方构筑国际化企业框架设计的全球化采购的全球化制造的全球化销售的全球化资金运作的全球化第三只眼睛看机遇不断敲门有50%的把握就上马产融帝国股市万变，其宗不变海尔的重大转折明天的&ldquo;奶酪&rdquo;；现金流比利润更重要增长不等于发展兵无常势，水无常形第七章 不争而善胜&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的核心能力第八章 与狼共生共赢 &mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的国际化第九章 革自己的命&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的流程再造第十章 掌握&ldquo;世界语&rdquo;；&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的信息化第十一章 管理就是行动&mdash;&mdash;张瑞敏论海尔的领导之道附录 发展是硬道理&mdash;&mdash;张瑞敏在&ldquo;20年&middot;1000亿&middot;世界的海尔&rdquo;；研讨会的讲话&ldquo;蓝狮子&rdquo;；的话

## <<张瑞敏如是说>>

### 编辑推荐

畅销书《海尔中国造》作者胡泳2004年最新力作：《张瑞敏如是说》。  
国内迄今第一部全面解读和诠释海尔首席执行官张瑞敏管理思想的作品，完整展示张瑞敏的思维和行动轨迹，首次独家披露张瑞敏面对海尔诸多难题的求索历程。

海尔是否是神话？

张瑞敏自己怕的是什么？

张瑞敏之后的海尔会怎样？

张瑞敏的难解之结是什么？

海尔“远征美国”是否战略有误？

<<张瑞敏如是说>>

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>