

<<中国超人>>

图书基本信息

书名：<<中国超人>>

13位ISBN编号：9787213037252

10位ISBN编号：7213037250

出版时间：2009-1

出版时间：浙江人民出版社

作者：应向伟，吕国昌 著

页数：167

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>

<<中国超人>>

内容概要

人类一思考，上帝就发笑。
我们不仅思考，而且手里还拿了笔。
上帝怎么会笑我们呢？
——我们的读者。

我们惴惴不安：浙商已经成为中国第一创富集团，浙商正在成为中国民营的样板和资源，浙商必然成为中国财富文化的品牌，但浙商的历史考验才刚刚开始。

《中国超人：打造小家电第一品牌》作为“浙商书系”的其中一册，翔实记录了“中国超人”品牌的成长传奇。

超人品牌文化建设成功，丰富了品牌内涵，作为国产品牌，拥有进一步打开市场的价格亲和力，超人的步伐必将更加稳健。

<<中国超人>>

书籍目录

第一章 超人传奇小家电业的巨型航母横空出世大道通天一个企业家的光荣与梦想打造百年品牌回报社会
第二章 从浙江超人到中国超人雏鹰展翅挖掘第一桶金寻觅创业高地10分钟改变命运一场官司带来一次机遇品牌创造名牌的诞生打造中国小家电第一品牌从单一到系列的跨越千金易得，人才难求“红帽子”招聘谋事在人，成事也在人成功的智慧名至实归央视一鸣惊人超人一飞冲天
第三章 风鹏正举鹏程万里拓展企业生存空间挺进海外市场控制海外终端市场跻身全球剃须刀业“四强大鹏折翅中华商城的梦想圣保罗的惊喜出师未捷的打击举步维艰的巴西岁月走向成熟鹏翱九天厚积薄发，待时而飞志在远大，行在细微巧拨千斤，举重若轻运筹帷幄，决胜千里从容入世，翱翔九天
第四章 探索超人奥秘坚实的道路“钉子”与“棒锤”理论“大”与“强”的选择“优势”与“强势”的辩证舍弃的勇气小家电回归专业化舍弃是智者的坚持懂得取舍
第五章 多元化模式的“违背者”一方水土养一方人地理环境催发的精专之路特色经济滋生的专业理念解读企业家个性与企业发展模式应正谈企业家个性与企业应平祥心语应正与超人世界名企成功启示录吉列的启示通用电气的启示
第六章 自主创新维护产权零的突破温州的尴尬超人的应对国际视野国际标准维权之旅扬眉剑出鞘“蚂蚁”与“大象”的博弈创新企业之魂竞争的依托自信的源泉成长的营养
第七章 独特的营销模式广告营销与央视的亲密接触“标王”神话破灭引起的思考借助现代传媒的翅膀广告的至高境界诚信广布天下铺设新型的销售通路设立批发主导的全国办事处向终端市场进军终端建设出奇招精心策划的提价传奇式的调价策略惊心动魄的调价过程提价有理经营品牌品牌的价值一流企业做品牌附录超人大事记后记

<<中国超人>>

章节摘录

第一章超人传奇 2006年,美国的经典银幕英雄——超人从北美横扫中国,而与此同时,中国小家电业的“超人”也正在加快冲向世界的步伐。

超人,对于电影观众来说,是一个凝聚正义和力量的超级英雄的代名词,而对于广大消费者来说,超人(本文中的超人特指超人集团)还是一个追求卓越、不断超越的优秀品牌,代表着不断超越对手、不断超越自己的勇气和精神。

从1983年到2006年,中国超人集团完成了从小作坊到跻身国际大企业的蜕变,从“为他人做嫁衣”式的生产加工到自创品牌、位居小家电业全国第一的发展。

近年来,超人集团致力于立足国内市场、开拓海外市场,已取得长足的发展,一个真正意义上的“中国超人”终于登上世界的舞台,以日趋完美的姿态服务于全球的广大消费者。

——这是超人的成功!

从1992年到2006年,中国超人从开始生产自己的第一只电动剃须刀到跻身全球小家电业第四位,具备了叫板世界剃须刀老大飞利浦的实力。

过去,飞利浦、日立等国外电动剃须刀品牌在我国的市场占有率达80%以上。

到了2006年初,中华商业联合会经过科学调查发现,国外电动剃须刀品牌在我国的市场占有率已下降至45%左右,另外55%的市场份额被国内品牌所占据,其中超人电动剃须刀占21%。

目前,超人已在全国设立4000多个专卖柜,拥有7000万个固定用户。

——这是民族的骄傲!

从1995年到2006年,中国超人从广交会开始进入国际市场,随后其产品远销50多个国家和地区,甚至分别占领了最发达的美国和德国剃须刀市场份额的10%和15%,超人正在以“我就要超人”之势横扫全球。

——这是征服者的姿态!

超人——“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“国家免检产品”。

多响亮的名字!

多悦耳的声音!

只有超人,荣获三顶行业内无上桂冠。

从事业正式起航的那一天开始,在短短的十几年时间里,超人在行业内创造了许许多多的第一,演绎了一段精彩的商界传奇。

鸿鹄高飞,一举千里;羽翼已就,横绝四海!

小家电业的巨型航母 永康市地处浙江中部,金华市境之东,历史悠久,山川秀丽,人文鼎盛,是永康学派发祥地。

永康有记载的历史,可以追溯到三国时期,三国吴赤乌八年(245)设立永康县;唐朝时,永康改名为丽州,之后又仍旧改为永康县;宋淳熙八年至十三年(1181~1186),朱熹、吕祖谦、陈亮、吕皓等大学者在寿山五峰书院读书讲学;1992年10月撤县设市,2003年列全国发达县市第47位。

工业是永康的主导产业,现在已经形成较为完整的工业体系。

主导产品为有色金属加工、电动工具、不锈钢制品、防盗门、小家电、滑板车、汽摩配、衡器制造等八大类别。

永康是中国最大的五金出口供货基地,中国最大的电动工具生产基地,中国最大的滑板车生产基地,中国最大的保温杯生产基地。

永康市政府还以此为优势,开发了“逛名城购五金”的五金工业特色旅游。

永康市素有“五金之都”、“五金天堂”的美誉。

改革开放以来,以五金机械为龙头,电动工具、防盗门、汽摩配等行业不断壮大,民营企业迅速发展。

良好的社会环境和商业氛围是成就辉煌的基础所在,也就在永康腾飞的身影中,有一个亮点格外瞩目,它的光亮并不是来自永康传统的五金领域,而是来源于一个新兴的行业——小家电。

提到这个行业,人们会很自然地联想到中国小家电的招牌企业——超人集团。

<<中国超人>>

翻横空出世 1983年,在风景秀丽、民风淳朴的永康市胡库镇垵塘村,中国小家电业的Superman——超人集团的前身垵塘五金电器厂诞生了。

电器厂创办初期,主要生产电动剃须刀片,由于经营得力,到1986年,垵塘五金电器厂扩建1500平方米厂房,产值达到50多万元。

1990年,垵塘五金电器厂变更厂名为永康县第一电器厂,应平祥出任该厂厂长,富有经营头脑的他采取了一系列的企业改革措施,为电器厂后来成长为国际知名的品牌企业——超人埋下了伏笔。

这一年,永康县第一电器厂在长城工业区购置了10000多平方米的土地,先后兴建了三幢厂房、一幢办公楼。

1991年,新的厂办公楼正式竣工,永康县第一电器厂入迁新址,全新的面貌预示着全新的开始。

1992年是超人事业的一个新起点。

面对新厂房的落成,创办电器厂的五家股东在经营方向和策略上意见分歧较大,最后只能以投标的方式进行股权重组。

应正竞标成功,正如很多人所预期的那样,永康县第一电器厂从此发生了质的飞跃。

这一年在应正的带领下,电器厂成功注册了“超人”商标。

1993年3月,工厂更名为永康超人有限公司,超人的诞生标志着应正时代的到来。

或许,在当时的人们看来,这些只是永康县第一电器厂发生的一件普通的内部纠纷,只不过换了一个老板,注册了一个商标而已,是其发展中一小步。

但是回顾超人的历史,这却成为了历史性的转折。

超人集团的灵魂也就在那一年铸就而成。

经过十几年的风雨拼搏,如今的超人已经是国内小家电行业中的佼佼者,主要生产超人牌个人护理器具、卫浴电器、家用小电器三大系列小家电,产品主要有电动剃须刀、电吹风、电熨斗、毛球修剪器、电水壶、女用剃毛器、剃鼻毛器、理发器具、干手器、灭蚊灯等,共计200多个品种。

超人牌电动剃须刀产销量连续11年在中国品牌中遥遥领先,国内市场占有率达21%,是电动剃须刀行业唯一获得国家免检产品称号的企业,被国家统计局确定为“中国剃须刀第一品牌”。

超人产品销往50多个国家和地区,在美国市场占有率为10%,在德国市场占有率为15%,并先后4次作为国礼赠送给国外贵宾。

不断壮大的超人集团如今拥有2个小家电研究所,11家全资制造厂,500多家协作厂,在国内设有30多个分公司办事处,初步形成了家用小电器的产品开发、营销和售后服务一体化的市场网络。

1997年,超人商标被评为浙江省著名商标,超人集团被确定为首批浙江省人民政府“五个一批”重点企业,连续10年被评为重合同守信用单位,连续8年被评为市纳税大户,还是省专利先进单位、省信息化示范企业。

超人集团在同行中率先通过了ISO9001质量体系认证,中国电工安全认证,产品通过了GE、GS、UL、CUL等国际质量认证。

2000年,国家有关部门正式将中国剃须刀中心在超人集团挂牌,这标志着超人集团将承担起国家对剃须刀产业技术进步、产品开发、研究和对外技术交流的任务。

为顺应全球化需要,超人集团积极进军海外市场,目前已经在美国、巴西设有多个子公司,并继续积极向欧洲和北美地区拓展市场。

至今,已有10多个国外研究机构、同行专家前来超人进行交流。

超人集团拥有专利287项,并在45个国家注册了超人商标。

超人牌剃须刀还荣获了“国家免检产品”称号,超人品牌获“中国民营企业品牌最具竞争潜力100强”称号。

国家免检是以政府的信誉为企业产品质量进行担保,超人集团是同行业中唯一一家获得“国家免检产品”称号的企业。

这些无疑已经表明,超人集团正引领着国内电动剃须刀行业不断向前发展,成为国内小家电业的巨型航母。

<<中国超人>>

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>