

<<海尔商道>>

图书基本信息

书名：<<海尔商道>>

13位ISBN编号：9787507418071

10位ISBN编号：7507418073

出版时间：2007-1

出版时间：中国城市出版社

作者：吴良平

页数：335

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>

## <<海尔商道>>

### 内容概要

海尔集团是中国最具价值品牌企业，世界第四大白色家电制造商，在全球30多个国家建有设计中心、制造基地和贸易公司，以科技、工业、贸易、金融为支柱产业，全球年营业额已超过1000亿元。海尔旗下的16个主导产品被评为中国名牌，海尔冰箱、洗衣机被评为首批中国世界名牌；英国《金融时报》还将海尔评为“中国十大世界级品牌”之首。

现在，海尔已跻身世界品牌100强，其影响力正随着全球市场的扩张而快速上升。

创新是海尔文化的核心。

在创新实践中，海尔探索实施的“OEC”管理模式，“市场链”管理及“人单合一”发展模式均引起了国际管理界的高度关注，美国哈佛大学、南加州大学、瑞士IMD国际管理学院、法国欧洲管理学院、日本神户大学等商学院专门对此进行案例研究，成为中国企业中被研究最早最多的企业。

海尔“人单合一”的发展模式甚至被国际管理界誉为“号准全球商业脉搏”的管理模式。

面对新的全球化竞争环境，海尔集团将不断地挑战自我、战胜自我，为创造中国的世界名牌而持续努力奋斗！

## &lt;&lt;海尔商道&gt;&gt;

## 书籍目录

引论 张瑞敏的“海尔文化” 第一编 企业文化铸就海尔辉煌 海尔，中国的名牌，世界的品牌 从学习借鉴到国际管理的前沿 海尔，中国的骄傲 企业文化，海尔的灵魂 高举“文化兼并克隆”的大旗 海尔的五大飞跃 进军海外市场 让海尔成为“世界的海尔” 荣登世界著名商学院讲堂 让海尔品牌遍布世界每个角落 以科技为导向，以用户为老师 海尔文化激活“休克鱼” 站在世界企业管理文化之巅 第二编 创建一流的海尔物质文化 海尔，中国造 全球品牌攻坚战略 “先造人才再造名牌”的品牌战略 用锤子砸出来的世界名牌 海尔国际星级服务 1%的神话：“零缺陷”质量管理 追求卓越的“6S”管理 海尔的CI设计 海沟企业文化中心与海尔大学 第三编 海尔的领导与管理艺术 企业的关键在干部 “以人为本”的员工培训 领导者要身体力行 授权与集权的艺术 领导不等于管理 “人人都是人才”的用人哲学 给每一个员工机会 自主管理思想 三工并存，动态转换 情感激励，真爱无价 部队化管理 OEC管理模式 优化企业组织结构 海尔市场链 借力管理，全员管理 第四编 海尔的精神文化 第五编 勇于创新的海尔价值观附录 海尔文化辞典结语 “我为什么尊敬海尔？” 后记

<<海尔商道>>

编辑推荐

海尔，创中国的世界名牌 20年，240个月，平均每月建一个足球场大小的现代化厂房 20年  
，7305天，平均每天为秀户开发两个新产品 20年，6.3亿秒，平均每两秒增加一个新用户 20年  
，1000亿，我们又站在了新的起点上， 世界的海尔，从新开始！

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>