

<<魅力羽西>>

图书基本信息

书名：<<魅力羽西>>

13位ISBN编号：9787560149608

10位ISBN编号：756014960X

出版时间：2009-12

出版时间：李法玲 吉林大学出版社 (2009-12出版)

作者：李法玲

页数：246

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

20世纪法国最有影响的女性之一、女权运动启蒙领袖、存在主义学者、文学家西蒙·波娃在她最重要的作品、被认为是女权运动的“圣经”的《第二性》中对女性如此阐释道：“除了天生的生理性别，女性的所有‘女性’特征都是社会造成的。

”女性在历史变化和社会进程中不断演绎和变更着自己的角色，女性地位的崛起其实都是与社会的进步息息相关的。

而随着物质生产的进步和女性参与社会活动的增多，女性的主体意识也渐渐觉醒，也开始争取和男性同等的生活权利和社会地位，希望扮演与男性同样的角色，渴盼消除对其歧视性的认识和误解。

这无疑是社会的进步和人类文明的跨越。

当中国女性在用她们的智慧和勇气赢得世界喝彩的时候，或许她们并没有意识到自己有多么的伟大。

如今，几乎在中国所有行业中，都能看到中国女性们自信、勇敢、活跃的身影。

特别是在都市中。

<<魅力羽西>>

内容概要

她是中国最有名的女人之一。

从电视节目制作人、畅销书作家，到化妆品牌创始人，靳羽西无疑是一个时尚文化界的“明星”

。从西方到东方，从媒体到商业，从文化到美丽，靳羽西处处散发着迷人的魅力，取得了辉煌的成就。

在她身上似乎有着无穷的精力和热情，更有着一股魔力，吸引人去探究这位在西方成长起来的东方传奇女性的传奇经历：

她是如何从一名出色的主持人转变成一位成功的企业家呢？

她又是如何在一个温柔的女性和商界精英之间进行角色转换呢？

她是怎样看待生活和事业的呢？

<<魅力羽西>>

书籍目录

上篇 魅力女性优雅人生第一章 传媒铺就美丽之行从东方到西方，从音乐家到商人第一个将东西方联系起来的电视记者架起东西方交流之桥漂亮转身第二章 从电视人到企业家剑走偏锋打造属于黄皮肤的美丽优雅转身第三章 魅力何来快乐工作优雅生活魅力和交际能力中篇 羽西公司经营事业经营美第四章 创业篇：成功的个人品牌遗憾催生梦想，用口红改变中国向羽西学习“品牌策划”第五章 亚洲最佳雇主学习型组织在尊重人的基础上用人、备人、裁人培训是永无止境的员工的成长第六章 美国式的市场见识“我要把世界最好的东西带给亚洲、带给中国女性。

”最优秀、最出色的美容顾问服务和沟通细节的效益第七章 中国式的关系渠道跨国公司遭遇中国式关系IT高管体验“中国式离婚”商场百货公司销售渠道化妆品专卖店第八章 羽西式定向研发亚洲消费导向研究部亚洲皮肤研究及护理部第九章 国际化的脚步牵手科蒂嫁入豪门第十章 多元化之路——中国娃娃追梦的“中国娃娃”“羽西娃娃的魅力”娃娃营销世界下篇 羽西品牌像羽西一样时尚第十一章 最民族的东西最长久华夏情结凸显个性魅力独特的创意、一流的质量她用口红改变了中国人的形象《魅力何来》畅销礼仪之邦献给亚洲女性的爱只要中国需要，我都愿意做超级品牌第十二章 个人形象与产品品牌时尚到老做淑女中国的香奈尔第十三章 品牌细分策略阿迪达斯不只是运动品牌瑞美尔的时尚亚洲人的诺美思第十四章 以科技定义时尚以科技定义时尚国际化时尚的基础是良好的沟通时尚品位我的生活就是工作时尚个性女人的品位和个性来自于魅力后记附录一：羽西的忠告扔垃圾使用手机的礼貌握手声音低吸引人装备领带夹附录二：羽西语录附录三：影响羽西的本书

<<魅力羽西>>

章节摘录

加内部晋升的机会。

朱增荣说：“我们不希望需要发展机会的员工带着遗憾离开羽西公司。

”羽西在全国有800个商场专柜，近2000名专柜小姐，她们在羽西全享受正式员工待遇，而化妆品行业通行的做法是临时性聘用专柜小姐。

这也是羽西公司在用人方面的独特之处。

羽西公司一般在每年年初根据公司发展战略制定相应的人力目标，再经过美国总部核准，包括员工数量、应付多少薪水、培训费用和需要补充哪些人员等，然后按照计划进行，经过笔试、面试的程序选拔人才。

朱增荣认为人力资源部有许多工作内容，但首先要做好的是计划性、基础性的工作，比如为员工办理养老金。

化妆品行业年轻员工多，他们往往会觉得养老金离自己非常遥远，个人部分还要扣一些钱，不如直接发钱好，人力资源部就要做好解释工作。

基础工作做好了，员工与企业的争端自然会减少，工作效率也会随之提高。

仁者见仁，智者见智。

通过对羽西公司的深入了解，关于该公司的用人之道，相信不同的人有不同的看法。

我们知道，“人才”永远是个值得探讨的话题，怎样吸引和留住人才也是各个企业必须面对的重要课题。

希望羽西公司的成功能给正在成长中的企业带来一些启示。

随着跨国化妆品公司的强势进入，新的人才大战正在上演，羽西公司启动“继任人计划”为公司储备人才。

朱增荣深有感触地说，一个跨国公司来到中国，会从中国本土已有的同类竞争公司中寻找想要的人才，因此，它会支付超过市场平均价格的薪水来吸引人才。

在这样的情况下，公司必须采取措施防止人员跳槽，并制定相应的继任人计划。

羽西的做法是，测算出最抢手、最容易流失人才的职位，并从公司内部挑选出有希望成为经理的主任，对其进行培养，从而有针对性地为公司储备人才。

这样，当主任上面的经理职位空缺时，公司不会手忙脚乱，所培养的这个主任马上就能顶替上去。

这种培养包括授权一个项目让他（她）锻炼，或者让他（她）参加经理级别的会议。

不过，这个计划在推行中会遇到诸多困难。

朱增荣解释说，一般每个公司都会做这样的储备，但是也有许多公司不做，因为这种储备本身存在三个问题：第一，公司会为此花费很大的成本，培养一个继任人要花费近10万元人民币，有的公司不愿意投资；第二，推广中会遇到内部抵触情绪。

比如说，A是经理，B是主任，在培养B的时候，A会认为B也许会替代他，因此A不会积极培养B；第三，公司会冒一定风险，因为一些项目放手给一个新手做，这本身就是一个大胆的尝试。

如何有效化解推行中的抵触情绪？

朱增荣再次列举了A和B的例子。

他说，如果有10个A，一般3到5个会抵触，而1到3个会喜欢。

因此，他就会做那3到5个人的工作，打消他们这种疑虑。

而打消疑虑的方式则是选取一个很成功的A和B培养案例，给他们参考。

作为人力退出机制之一的裁员，是企业人力资源管理的一个重要环节。

但是，无论是在企业实践还是在人力资源管理手册中，同人力资源的招聘、培训、任用、提升相比，裁员没有得到应有的重视。

这导致了企业在实际运作中，对裁员有所忽视。

例如，一些企业在裁员过程中，没有采取透明的方式，没有给予员工应有的补偿；而是采用偷偷摸摸的方式，不是给员工“不可能完成的任务”，就是把员工放到最低的部门，让员工自动走人。

这种裁员方式，不仅影响公司的团队，而且给公司长期发展带来隐患。

<<魅力羽西>>

国内许多公司，无论是年轻的创业公司，还是财大气粗的集团企业，都没有完成“裁员”这个环节惊险的挑战！

它们不是陷入无休止的劳资风波，就是公司裁员之后伤筋动骨，甚至企业形象在公众面前大打折扣！一个好的公司和一个不好的公司的根本区别在于，即使你被裁掉，你是否还很热爱那个公司。

此时，如何在人力资源管理的最后一环显示公司对员工的尊重，让员工在被裁减之后依然对公司充满感激之情？

羽西公司通过人性化、柔性化的裁员策略成功实现这人力资源管理的最后一跳。

从短期来看，这可能导致成本的激增，但对于一个基业长青的公司，更大的效应将会在未来显现。

靳羽西化妆品公司的裁员无疑为国内企业提供了一个很好的范本。

“如果员工违法乱纪，我们不会留情，杀一儆百；对于没有希望再做好的员工，我们会找他谈话，让其自动离职，并给他一定补偿；如果员工自己要离开，我们会根据具体情况具体处理。

”据朱增荣介绍，羽西从未与任何员工发生过诉讼关系，这在企业与员工比较容易起争端的消费类行业里，羽西是做得最好的一家。

作为一家中西合璧的公司，羽西并没有从国外引入太多的管理工具，没有过多地强调人力资源管理技术。

生于中国，长于中国，羽西天生就懂得如何与这块土地上的员工默契地相处。

公司希望给员工更多培训、进步的机会。

在羽西公司同样会有末位淘汰制，但考核又不是无情的，考核的目标会始终让员工根据自己的实际情况设定。

当公司不得不解聘没有达到公司要求的员工时，会暗示员工主动提出辞职，让辞退的“铁手”始终戴着“柔软的天鹅绒手套”。

因为如果是硬性辞退，那么员工去应聘下一份工作时，可能意味着一种无形的障碍。

无独有偶，同为亚洲最佳雇主的UT斯达康公司也把裁员艺术发挥到了极致。

公司对裁掉的员工采用补偿金制度，在给予员工高额补偿金的同时，UT斯达康鼓励员工自愿离职。

各部门主管在落实所裁人员时，“给了每个员工一天时间去考虑是否申请离职”，以此鼓励员工申请自愿离职。

或许，只有和国内的IT巨头联想裁员比较之后，我们才能看到靳羽西化妆品公司和UT斯达康裁员的高明之处：联想结构性裁员500余人。

堪称“短平快”的裁员计划在一天之内完成，联想给人们一个巨大的惊奇！

尽管联想为被裁员工安排了周详的补偿计划。

后记

靳羽西：“I hold my future in my hands.”这是一段关于上世纪80年代的回忆，而羽西却跟随着我们从上世纪一直走到了现在，所不变的是，羽西依然还在公众面前，一直没有远离过。

许多人想给羽西下定义，音乐家、制片人、编导、支持人、化妆品品牌创始人等等，某些杂志还将羽西定义为时尚教母。

更有西方媒体将她比做中国的Oprah winfry或是中国的Elizabeth Arden，对于这样的定义与评价，羽西自己却并不在意，当你问她到底是什么身份时，她会告诉你她什么都做过，但是什么都是第一个。

当你问她是中国的谁谁谁，她会告诉你：“不，我就是我”。

当你问她喜欢别人叫她什么，她会更加坚定地告诉你：羽西！

在中国时尚发展的风风雨雨30年以来，无数的为时尚做出贡献的人物在这个舞台上风流地舞动着。因为他们，中国的时尚发展也在世界上占据着一席之地。

在品牌时尚和人物的共拥下，时尚圈的风流人物更是在各自的领域发光发热，产生着集聚的效果。

<<魅力羽西>>

媒体关注与评论

如果生命没有目标，就像船没有舵一样。

——羽西我从来不认为自己美丽，但我知道怎样让自己看上去好一些，我知道怎样调节自己到最佳的状态。

——羽西

<<魅力羽西>>

编辑推荐

《魅力羽西》：她是世界上最有魅力的女人之一，她为所有渴望拥有魅力的女人打造了一个极具魅力的品牌。

魅力羽西“中国最有名的女人”。

——《人物》杂志“中国化妆品王国的皇后”。

——《纽约时报》“当代的马可波罗”。

——《财富》杂志“真正的平民大使”。

——美国《国会记录》“中国的新形象典范，她用一支又一支的口红改变了中国人的形象”。

——《福布斯》杂志“时尚新榜样”。

——《凤凰新媒体》羽西语录每天要学点东西，我愿今天的你比昨天的你更好，明天的你也一定比今天的你还要好。

不必过分严肃地看待自己，但要非常严肃地看待工作！什么是“流行”？流行就是能使我看上去永远是最漂亮的！打扮自己，可以增强自信，也是尊重别人。

生活的道路是曲折的，只有结识许多好朋友才能帮你走完这段人生路。

我不喜欢把自己与别人比较，这会使我感到骄傲或者妒忌。

这个世界上总是有人比我好，也总是有人比我差，我只要尽我最大的努力就是！你完全有能力去获得美丽、健康和成功，是你作出属于自己的选择；是你创造属于自己的命运。

羽西，美籍华人，羽西化妆品公司副总裁，世界著名电视节目主持人、制作人、化妆品王国皇后、畅销书作家、慈善活动家。

一个善于把自己的幻想和奇妙的梦境编织成现实。

并以此征服世界的人。

从电视节目制作人、畅销书作家，到化妆品牌创始人，靳羽西无疑是一个时尚文化界的“明星”。

她是中国最有名的女人之一。

从西方到东方，从媒体到商业，从文化到美丽，靳羽西处处散发着迷人的魅力，取得了辉煌的成就。

在她身上似乎有着无穷的精力和热情，更有着一股魔力，吸引人去探究这位在西方成长起来的东方传奇女性的传奇经历：她是如何从一名出色的主持人转变成一位成功的企业家呢？

她又是如何在一个温柔的女性和商界精英之间进行角色转换呢？

她是怎样看待生活和事业的呢？

带着这些好奇的疑问，就让我们一同踏上寻访靳羽西的传奇之旅。

羽西，美籍华人，羽西化妆品公司副总裁，世界著名电视节目主持人、制作人、化妆品王国皇后、畅销书作家、慈善活动家。

一个善于把自己的幻想和奇妙的梦境编织成现实。

并以此征服世界的人。

从电视节目制作人、畅销书作家，到化妆品牌创始人，靳羽西无疑是一个时尚文化界的“明星”。

她是中国最有名的女人之一。

从西方到东方，从媒体到商业，从文化到美丽，靳羽西处处散发着迷人的魅力，取得了辉煌的成就。

在她身上似乎有着无穷的精力和热情，更有着一股魔力，吸引人去探究这位在西方成长起来的东方传奇女性的传奇经历：她是如何从一名出色的主持人转变成一位成功的企业家呢？

她又是如何在一个温柔的女性和商界精英之间进行角色转换呢？

她是怎样看待生活和事业的呢？

带着这些好奇的疑问，就让我们一同踏上寻访靳羽西的传奇之旅。

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>