第一图书网, tushu007.com

<<三星韩国造>>

图书基本信息

书名：<<三星韩国造>>

13位ISBN编号：9787801972392

10位ISBN编号：7801972392

出版时间：2005-6

出版时间：企业管理出版社

作者：陈宇峰

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

第一图书网, tushu007.com

<<三星韩国造>>

内容概要

亚洲新兴企业三星，几年前还是索尼的追随者，而现在，却跻身于世界500强企业之列，成为了许多中国企业的追随者，是什么成就了三星企业的辉煌呢？
本书作者对三星公司进行大量追踪研究，写成了这部全面诠释三星企业从优秀到卓越的力作。
本书大胆采用了分析加评论的语言风格，旨在深入浅出地阐述三星公司的成功精髓，为那些有志于以三星为学习标杆，成为与三星公司一样卓越的企业提供一定的启发和帮助。

第一图书网, tushu007.com

<<三星韩国造>>

书籍目录

前言 I导言 亚洲新兴的标杆企业 Ⅲ第一篇 三星韩国造/1第1章 定位高端的品牌战略/3 从地摊货到时尚代言者/3 坚持走高端路线/6 建立品牌协调机制/9 推出行业旗舰产品/12 生鱼片营销策略/17 奥运会TOP l0计划/19 倡导数码时代新消费/24第2章 高瞻远瞩的战略路径/30 布局半导体行业/31 宣布二次创业/31 新经营运动/32 全面革新方案/33 “ 强小国 ”豪言/34第3章 孤注一掷的战略选择/35 除了老婆孩子，一切都要变/36 库存有百害而无一利/37 学会选择，学会放弃/39 先见，先手，先制，先占/40 种子，苗木，果树，枯木论/41第4章 全面立体的标杆学习/44 先学习再赶超索尼/46 向惠普学生产管理/49 向西屋电气学库存管理/51 向3M公司学新产品开发/53 向The Limited学营销/55第二篇 新经营运动/57第5章 持之以恒的质量管理/59 质量和产量之比应该是9：1/ 61 烧毁问题手机，树立质量观念/64 实行生产线停止制/66 将“ 质量第一 ”观念落到实处/67 建立客户满意度管理中心/70 质量培训计划/71 顾客新权利运动/73 推行六西格玛管理/74 人人讲质量、个个重质量/78第6章 完备齐全的研发设计/82 发动设计革命/84 视知识产权为生命/88 销售额百分之八的研发投入/89 WOW计划/92 广泛建立各类研究机构/94 成立兴趣小组/98第7章 大刀阔斧的结构调整/100 铁三角的决策模式/103 成立结构调整总部/105 改革公司的董事会制度/107 以事业部为中心经营/109 不断简化决策程序/111 反腐先锋：经营监察组/113 以班组为单位的管理/115第三篇 世界第一等/117第8章 李健熙的领导/119 偏执狂般的危机意识/121 果断的投资决策/126 沉静的思考者/129 孩童般的好奇心/132 勇敢地承担责任/135第9章 人才第一主义/140 一个天才可以养活十万人/142 兼收并蓄的人才战略/146 赏罚分明的激励体系/147 知、行、用、训、评/152 培养和重用人才/156 疑人勿用，用人勿疑/159 注重人性关/162第10章 韩式企业文化/166 崇尚进化/168 强烈的民族情结/170 集体主义精神/172 包容性的融合文化/173 开放式的讨论文化/175 三星手册及知行33训/176 杜绝派系主义/178第四篇 三星中国行/181第11章 誓夺中国市场/183 重视中国市场/184 三大发展阶段/186第12章 中国市场攻略/191 三星产品战略/191 三星品牌战略/196 三星渠道战略/200 三星人才战略/204附录三星公司的发展历史/206参考文献/209后记/211

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

书摘　　三星公司的产品之所以能够在崇尚时尚和高科技的年轻消费者中产生如此大的吸引力，其主要原因之一就在于它始终遵循了以市场为导向的产品设计原则，这种方式的设计将统一的三星品牌形象融入到了每一件产品之中，让消费者能够清晰地体会到三星产品的精神内涵和时尚品质。

具体说来，三星公司会针对消费者的不同生活方式为其量身定做个性化的产品。

例如在产品功能上，为了满足高端消费者的复合型需求，三星公司为手机产品增加了摄像、上网以及游戏等多种功能；在产品外观上，根据消费者的不同爱好，三星公司为他们准备了个性十足的设计，还有专门为女性消费者设计的款式。

他们还根据调查结果发现，很多手机用户对于有电话打进来却不知道是谁打的十分不满意。

于是，他们很快就想到了在手机上再加上一个屏幕，双屏手机就这样在用户需求的催发之下诞生了。

三星公司甚至会针对不同的消费者制定不同的营销策略。

例如针对喜欢时尚、新潮的年轻女性，将产品摆放到许多卖高档化妆品以及时装的地方去销售。

由此可见，三星公司的营销行为完全不受任何既有条条框框的约束。

相反地，只要有需要，无论什么方式都可以采用。

正是这种对消费者需求长期而执著的关注使三星公司的产品用户界面总是让消费者感到非常的友好，让他们在使用产品的同时还能够享受到视觉和听觉上的强烈美感。

例如，不断地美化液晶显示器的外观，让其朝着超轻超薄的方向发展；将手机当成一种装饰品，在全球各地率先推出了可以挂在脖子上的手机；给手机增添了人体生理节律的功能。

这些新颖而个性十足的产品无一不凝聚了三星公司在工业设计方面所花费的大量心血。

在谈到对消费者需求的强烈关注时，三星公司全球营销执行副总裁金炳国这样说道：“我们的目标就是要不断地改进现有的数字技术，使之更加适合于我们的产品，从而满足人们在视觉和感觉上的需求。

”P15　　任何一个企业如果轻视了中国市场的重要性，那么必将为此而付出沉重的代价。

索尼、松下、东芝等日本企业已经在这上面栽了大跟头，它们尽管也十分看好中国市场的增长前景，然而却始终认为中国市场没有欧美国家重要，这种认识在很大程度上束缚了它们对中国市场的投资力度，三星公司的做法却恰好与之相反，他们自从踏入中国市场的第一天起，就给予其无与比拟的高度重视，甚至将中国市场视为关乎三星公司生存的战略市场。

这种态度上鲜明的对比，也决定了两者在中国市场上的最终命运。

当新世纪之初，三星公司在中国市场上呼风唤雨、不断引领消费时尚的同时，日本企业却只能无奈地接受不断被中国消费者边缘化的失落结局。

回顾三星在中国的发展历程，我们可以毫不夸张地说：对中国市场的高度重视一直是三星公司的一项经营原则。

早在20世纪90年代初，中韩两国刚刚建立正式外交关系不久，三星公司就以其惯有的远见和魄力，率韩国企业之先踏入了巨大的中国市场。

会长李健熙更是两度访问中国，充分显示了他对中国市场的高度重视。

他曾经在不同的场合，不断地向员工强调“中国是事关三星公司生存的战略市场”，因此，三星公司必须对此有所作为，坚持不懈地开拓中国市场、挖掘其巨大的潜在需求。

2001年10月，李健熙在CEO尹钟龙、李亨道等人的陪同下，对中国进行了友好访问，受到了中国领导人的亲切接见。

他们对三星在北京、天津、上海等地的分公司进行了业务考察，并且在上海召开了一次社长团战略会议。

会上，李健熙反复强调了中国市场的重要性，并把三星公司产品在中国市场上的战略路线明确地定位在了高端市场上。

2002年，三星公司又针对中国市场的发展情况提出了三星中国区的具体计划，目的在于实现销售额上的重大突破，并且不断抢占中国市场。

P184

第一图书网, tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

书评企业界的韩流，第一本全面诠释韩国三星集团从优秀到卓越的力作！
中国企业学习三星的最佳读本！
　回顾三星发展的历程，三星也曾经走过一段以模仿和学习为主导的阶段，也正是这么一段学习和模仿的阶段，致使三星日后在诸多方面产生了超越，并成为别人模仿和学习的对象。
今天中国的企业也确定了向韩国三星学习的决心。
　中国企业从韩国企业那里学到最有价值的经验是：第一，坚持国际化的经历。
韩国本土市场比较小，韩国企业主要靠国际市场的开拓。
　整个过程中，还受到日本企业强大的压力。
在这种情况下能够迅速成长，这跟韩国企业敢于在国际市场打拼的精神是分不开的。
　第二，专注于核心竞争力的建立和积累。
包括核心技术能力，产品制造能力、市场和品牌的积累，他们都坚持不懈地去做。
比如三星，在半导体等核心技术领域达到国际水准，在11个产品上已经做到了全球第一。
像LG和飞利浦建立的LCD显示器，在全球也是第一。
他们每一个企业，都在全球某个产业领域，能够达到领先的水平。
这也是多年累积的结果。
　　李东生 2005年接受《环球企业家》杂志专访

第一图书网, tushu007.com

<<三星韩国造>>

编辑推荐

亚洲新兴企业三星，几年前还是索尼的追随者，而现在，却跻身于世界500强企业之列，成为了许多中国企业的追随者，是什么成就了三星企业的辉煌呢？
本书作者对三星公司进行大量追踪研究，写成了这部全面诠释三星企业从优秀到卓越的力作。
本书大胆采用了分析加评论的语言风格，旨在深入浅出地阐述三星公司的成功精髓，为那些有志于以三星为学习标杆，成为与三星公司一样卓越的企业提供一定的启发和帮助。

第一图书网, tushu007.com

<<三星韩国造>>

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