

<<德叔智慧>>

图书基本信息

书名：<<德叔智慧>>

13位ISBN编号：9787802552654

10位ISBN编号：7802552656

出版时间：2009-10

出版时间：企业管理出版社

作者：殷源，肖兴吉 著

页数：195

字数：150000

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

在中国制造企业中，格兰仕，无疑是一个会永留史册的名字。

放眼数以万计的中国企业，能把大众消费品做到在国内市场上占有率超过70%，并占全球市场半壁江山的企业并不多，但格兰仕企业做到了。

格兰仕企业对中国，对中国制造的价值还远不止此，它更深远的价值在于：它成功之后完全有能力也有条件进入一些高利润、高附加值的行业或新兴行业（如果从资本逐利的本质来看，也无可厚非），但格兰仕难能可贵地坚守中国制造业，全身心地留在制造业，是一张名副其实的“中国制造业名片”。

现在，格兰仕被认为是中国家电业中挺起中国制造业脊梁的中坚力量——在20世纪90年代，国外大企业、财团向中国发起大规模进攻，他们凭借庞大的经营规模和雄厚的资本实力，向中国输入产品、技术以及品牌，来抢占中国市场。

在对手猛烈的进攻中，有些企业节节败退，阵地逐渐失守，或被吞并，或转让，或倒闭。

而格兰仕，却始终岿然不动坚守着阵地，同时还把自己的产品卖到国际市场上去。

而且，格兰仕是首个以自主品牌进入日本等发达国家市场的中国家电企业。

格兰仕的成功，引起了国外企业的高度重视，某外国大企业高层人士在北京毫不掩饰地说：“其他产品没有输给中国人，就微波炉输给一个小小的格兰仕。

一年亏，两年亏，三年亏没问题，一定要把格兰仕打下去……”但最终这家企业还是败下阵来。

当时，像松下、LG、三星、惠而浦等，都曾携巨资进军微波炉行业，不惜成本想把格兰仕打下去，可是坚强的格兰仕不仅没有倒下，其市场占有率反而增加了2个百分点。

硬的不行，外资企业又纷纷以“合资、高价收购”等诱惑格兰仕。

面对“糖衣炮弹”，格兰仕态度明确：一个国家的工业，如果没有自己的名牌，就只能成为外国工业的附庸。

格兰仕办企业，就是为了创造出具有国际一流的名牌产品，为民族工业争气，为中国争光……外资财团的企图一次又一次落空。

格兰仕，名副其实地成为中国的骄傲，成为中国制造业走到国际市场上的一张名片，在国际上享有极高的声誉。

在2007年“CCTV中国经济年度人物”评选中，格兰仕与“杂交水稻之父”袁隆平院士、联想集团、青岛啤酒、中国铝业等“中国制造”的领军人物一起入选。

此次评选主题是“谁是中国制造的脊梁”，格兰仕因符合“推动力、责任、创新”的标准，成为中国家电行业唯一一家入选企业。

<<德叔智慧>>

内容概要

世界冠军企业格兰仕创始人梁庆德，即德叔，42岁荒滩创业。其企业与改革开放同龄。德叔是一个想老老实实把企业做大做强的人，一举使格兰仕成为中国家电业的第一个世界冠军。其秉承着一个朴素的哲学观念：我们虽然没有能力使人们富裕起来，但会竭尽全力使广大消费者辛勤的劳动成果更富有价值！

这一观念也被其打造成格兰仕入的核心价值观。德叔在经营管理企业过程中所沉淀下来的众多思想，简单而高尚，正因为简单，大家才都能接受；正因为高尚，大家才愿意追求。

从而为格兰仕播下了可永续经营的火种，照亮了新一代格兰仕从优秀走向卓越之路。

作者简介

殷源，经管作家，中国实干文化、鹰雁文化、风尾文化的创立及推动者，长期定位于中国冠军企业的案例研究，是中国冠军企业“案例营销”思想的倡导者，中国冠军企业案例营销功勋人物。出版的主要著作有《雁阵》《格兰仕精神》《鹰雄》《中国实干精神》《中国制造再闯关：向

书籍目录

总序一 冠军成就中国梦想总序二 致全国企业家的一封信前言 问渠那得清如许，为有源头活水来上篇
大智 第一章 九曲不回 让消费者的劳动成果更富有价值 吃偏食，喝凉水。
早晚会得病 做500强，更要做500年 结语：矢志不渝，激流勇进 第二章 随物赋形 变山变水先变入
走新路，炒新菜 不能只埋头拉车，不抬头看路 结语：顺应客观，因势而变 第三章 滴水穿石 3年
做点事，10年才能有所作为 精益求精，把干毛巾拧出水来 翻一番的事业，要用翻一番的感情 结语
：锲而不舍，持之以恒 第四章 不舍昼夜 要么不做，要做就做到最好 牙疼也要吃饭 我们永远在创
业 结语：奔流不息，永远前行下篇 大德 第五章 河汇百流 人，是格兰仕的第一资本 努力，让顾客
感动 刀光剑影大火拼，双打总比单打好 结语：大度能容，以德服人 第六章 润物无声后记 不是德
叔拥有了格兰仕，而是格兰仕拥有了德叔附录一 樛园赋附录二 参考书目及资料

章节摘录

上篇 大智 第一章 九曲不回 让消费者的劳动成果更富有价值 “我们虽然没有能力使人们富裕起来，但会竭尽全力使广大消费者辛勤的劳动成果更富有价值！”这句话，自被德叔提出来以后，逐渐成为了格兰仕人坚守的经营信条。其朴素的含义，就是要求自己企业生产物美价廉的产品，这是德叔和所有格兰仕人不懈奋斗的原动力，并在格兰仕被修成了正果。

生产出物美价廉的产品，这在以营销为导向，崇尚品牌运作的老总们看来，可能是不以为然的。原本在商品紧缺的年代，我们国家的产品是依据产品质量定价的，一等品、二等品、三等品、四等品、等外品，价格依据等次来定，自然有高低之分。

后来，随着市场的进步，生产的产品只有合格品和不合格品的区分，只有合格品才能上市。

那么，对合格品如何定价？

企业说定价权不在自己，是市场定价，也就是消费者愿意付多少钱，因为消费者是多元的。

比如，对同样的一件衣服，给出的价钱是不一样的，这也就使得许许多多的企业有了运作的空间，各显神通。

<<德叔智慧>>

编辑推荐

这里只记录冠军企业家们的韬略武功；这里可直抵中国企业界治企最高智慧。

格兰仕创始人梁庆德的大智、大勇、大德。

想想1973年9月28日，我们企业在细溜河边一个荒凉的河滩边办起工厂，建厂之初没有什么资，唯一的资源就是人心齐，大家努力拼搏，立下雄心壮志去进取，才一步一步发展起来，从几个人到几百人到现在的儿万人，这是经过了无数格兰仕人辛勤努力，付出了许多的代价才创立出来的一个基业，这些成就亦是中国改革开放所体现的成果。

我想，成就已在中国改革开放历史中充分体现，在格兰仕发展的历史中充分体现，它已经成为过去。但是，从这历史发展的足迹中。

我们要有所得，格兰仕到底积累了什么？

我想最根本的积累就是建立格兰仕的基本、共同的价值观和理念。

格兰仕从小到大、由弱到强，在这个过程中，所有格兰仕人一直抱着一个坚定的信念，就是艰苦奋斗，努力拼搏。

把事业做大做强的坚定信念。

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>