

《啤酒也疯狂》

图书基本信息

《啤酒也疯狂》

书籍目录

《啤酒也疯狂》

精彩短评

- 1、不读这本书的人，你们错过了一个好时代
- 2、有的部分略枯燥，有的部分蛮有意思.....
- 3、不错，知识性强，语言风趣。
- 4、可以

《啤酒也疯狂》

精彩书评

1、最近买了本旧书，《啤酒也疯狂》，2块5毛钱一本，不由得相当得意，连续两天看到半夜一点。书是位美国啤酒业大亨的儿子写的，属于富二代那种。不过美国富了好多年，富二代满街都是，因此治学有数，远不是国内的富二代、官二代们可比。书的主要内容是美国300多年来的啤酒企业史，前半部分主要讲啤酒大亨商场争雄，后半部分加入了较多作者所在企业的运作与股权、人事、决策变化，商战场面气势恢宏，单个企业的决策细节细致入微，比最近红透半边天的吴晓波的《激荡三十年》写得好很多。啤酒也疯狂的作者是美国啤酒业内人士，熟悉啤酒业的行业格局和竞争规则，无论是营销案例还是技术革新讲起来都非常有深度。他经常一针见血的指出各啤酒巨头兴衰的原因，酿造百威啤酒的布希公司无数次运用“诋毁—制约—抄袭”的行为模式，加上睿智的家族掌门人，一直走在美国啤酒业的最前端；米勒啤酒因为将偏重女性化的品牌形象转向充满阳刚之气的男子汉形象，将营销对象对准啤酒消费量最大的年轻人和蓝领工人，销量激增，在财力雄厚的大股东菲利普—莫里斯公司的支持下，紧追布希公司不放；库尔斯啤酒品质一流，但企业主缺乏狼性，仅在西部地区销售，后来在市场竞争的威逼下不得不向全美拓展市场，终于守住了自身的地位，位居布希和米勒之后；之前风光一时的施利茨啤酒之所以垮台，是因为它在快速扩张的诱惑下走上了降低成本同时也降低质量的不归路；而销量百万桶之巨的纽约四大啤酒公司，也因为满足于地区性的销售市场，被啤酒巨头们挤出了市场。还有大量关于啤酒行业与政府管制，啤酒行业与烈酒行业、无酒精饮料行业的论述，这种对业内规则和潜规则的深刻了解，不是一般的作者具备的。此书的语言很俏皮，将一本本来具有一定学术性质，甚至有几分干涩的企业史著作写的妙趣横生。比如书开头第一句，“历史雄辩地证明，佛洛依德错了，历史的驱动力不是性，而是啤酒”，扯蛋的让人忍俊不禁。比如美国政府20年代将禁酒令写入宪法，引发了黑社会的阿尔卡彭们用浴缸酿造烈性酒出售的热潮。1933年，禁酒令被废止，作者长舒了一口气，阿尔卡彭的浴缸又重新用于洗澡了。这样的例子还很多，布希公司推出安赫伊瑟——布希天然淡啤酒，作者马上请出布希公司老板的评价，“这名字太他妈长”。布希公司和米勒公司第一次营销战，作者说，第一战役以啤酒之王打退米勒的疯狂进攻而告结束，。。。如同历史上封建领主进行的战争，农民们总是遭殃。。。一些狡黠的农民，尽可能置身恶战之外。啤酒大战第一回合过后，他们拥有了自己的小采邑。这样的用戏谑语言写通俗学术文章的风格，让我想起罗素的西方哲学史和鲁迅的故事新编，既长知识，又有笑果。看了本书，让我很想品味一下什么是清爽的啤酒，什么是醇厚的味道，看看生啤酒有什么好处。从这个意义上说，两块五很值，简直值得有点过分。

《啤酒也疯狂》

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：www.tushu000.com