

《大道与匠心》

图书基本信息

书名：《大道与匠心》

13位ISBN编号：9787508654471

出版时间：2016-1-1

作者：王卜

页数：182

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《大道与匠心》

内容概要

《大道与匠心》首次揭秘方太企业20年成功之道
管理的大道至简，产品的极致匠心
不做500强，要做500年

《大道与匠心》中国本土企业有温度的商业案例

高端厨电领导品牌方太是一家知名但低调的企业，它精致产品背后蕴含的价值内核是什么，少有人知。《大道与匠心》讲述了方太从创业到腾飞的历程，分析了方太多年来的创新与经营管理之道，揭秘了其产品在极致追求背后灌注的价值力量。

方太通过20年的匠心耕耘，由一个初创企业成长为高端厨电领导者。在《大道与匠心》中，方太开诚布公地讲述了自己的故事，比如如何应对价格战，以及在扩大产能时怎么处理与代工厂商的关系等。方太的企业文化、运营方法、管理秘诀已形成一个有机的方太模式，为中国本土企业提供了很好的借鉴经验；方太对于企业长青的探索、致力于将中国儒家文化融入公司管理的实践，也给国内管理者带来了丰富的启示。

《大道与匠心》首次揭秘方太的创新、管理与经营之道。管理的大道至简，产品的极致匠心！

1. 《大道与匠心》首次揭秘方太企业20年成功之道。详述我国高端厨电领导者方太的企业文化、运营方法、管理秘诀。
2. 《大道与匠心》有温度地还原中国民营企业从创业到飞腾的全过程。回答方太为何秉承不做500强，要做500年，永不上市的理念。
3. 《大道与匠心》是一份有深度的商业案例。管理的大道至简，产品的极致匠心，探寻中国企业稻盛和夫式的长青智慧。

方太的经营之道：

品牌与渠道的博弈；
与经销商之间的合作与共赢关系；
高端定位原则。

方太的管理之道：

“全员身股制”，把企业利润分享给全部员工；
儒家文化与现代企业的融合。

方太的创新之道：

绿色厨房；
发明专利与工匠精神；
高端厨电市场消费的升级。

方太是万科重要的合作伙伴。一直以来，方太不仅用高品质的产品、领先的技术向万科业主提供高端厨电，还以高标准的工程施工和成熟的流程管理，确保了每一个精装修项目完美交付。我一直对茅忠群先生创造性地将儒家文化理论与现代企业管理模式相结合充满了敬重与好奇，《大道与匠心》为我答疑解惑，从中获益良多。

——丁长峰 万科集团高级副总裁

方太是浙江大学的老朋友，我一直以为自己对方太很熟悉。但从《大道与匠心》里，我读到了一些闻所未闻的新东西，我越来越感受到，方太的经营理念、管理实践和企业文化已经逐渐发展成为一个有机的、具有强大生命力的整体，而赋予这一整体以活力的，就是在茅理翔、茅忠群两代企业家身上体现的创业精神和社会责任感。正如方太已经成为中国厨房电器的领导者一样，企业经营管理的方太模式同样值得我们认真学习和借鉴。

——陈凌 浙江大学管理学院副院长、浙江大学企业家学院院长

创新是企业发展永恒的主题。我一直关注并高度评价方太集团将中国儒家文化成功运用于现代企业经

《大道与匠心》

营。《大道与匠心》以文化为主线，系统梳理了方太20年的发展史，让读者深入了解方太文化的缘起、成形和创新，对各类管理者更好地融汇东西方管理思想有很好的启示。

——苏勇 复旦大学东方管理研究院院长

研究“新儒家管理”正成为一股全球风潮。《大道与匠心》以儒家管理的典范方太为研究对象，形成了比较完整的理论体系，具有很强的操作性，希望本书成为企业、咨询机构和公益组织等期待看到的方法论、指导书。

——汪涛 武汉大学经济与管理学院副院长

《大道与匠心》

作者简介

王卜，资深财经主笔，现工作于知名财经杂志《财经天下》。曾经撰写《肯德基，光大是不行的》、《苏宁基因裂变》、《公司之城》等报导。

书籍目录

- 序一 持守大道，独具匠心：中国善商的一个标竿
- 序二 八个问题了解茅忠群
- 前言 无为而无不为：茅忠群与他所创办的方太
- 第一章 抉择：企业发展之道
 - 回到家乡
 - 茅忠群的厨房梦
 - 不争之争
 - 拒绝“豪门”绣球
 - 无冕之王
 - 慎做加法，常做减法
 - 不为他人作嫁衣
 - 鲜见的不上市企业
 - 品牌的进化
- 第二章 颠覆：引领行业的创新之道
 - 突破创新者的窘境
 - 重新定义欧式油烟机
 - 中国人的敞开式厨房之梦
 - 预言“嵌入式”趋势
- 第三章 变革：市场经营之道
 - 两次渠道革命
 - 一司两制
 - 高端市场定位
 - “扁平化”改革
- 第四章 大道：“半部论语”的管理智慧
 - 全员身股制
 - 企业里的“孔子堂”
 - 半部论语治方太
 - 服务“三字经”
 - 有节操的销售
 - 大爱：对社会责任的执着
- 第五章 匠心：产品的钻研之道
 - 一个好产品的四个标准
 - 第一代产品的艰难降生
 - 寻找“极端”用户
 - 人脑挑战电脑
 - 卓越产品诞生的背后
- 后记 我所认识的方太
- 附录 方太管理原则

《大道与匠心》

精彩短评

- 1、看过方太20年的发展运营，的确有很多中国绝大部分民营企业应当自省的地方，期待未来中国有更多如此的高端质造
- 2、要做500年
- 3、天哪，我竟然看过这本书
- 4、当互联网公司席卷整个中国的时候，很多实体经济的企业家都感到十分焦虑，也纷纷在思考未来究竟何去何从。而本书中方太的一些企业经营和管理的理念或许能够带给处于阵痛期的企业家们一些启发。看完书后，我觉得方太是一家非常有意思的公司，公司从创立之初就没想走低端路线。方太的茅总虽然是商二代出身，但他没有像传统意义上的继承父亲的产业，而是独辟蹊径，选择了做厨电这个看似饱和了的市场
- 5、很认真的书，很有温度，适合冬天看。
- 6、你看或者不看，方太都是顶级的企业，智能家居领域的领跑者。
- 7、最后的方太管理准则才是真本书最精华的部分，很有道理，一个企业获得成功必然有他的道理，准确定位，不要降低自己的价值。
- 8、书写的很好，中国企业总是嚷嚷着做大做强，但做长的很少，方太20年，在中国制造业里算是长寿企业了，这本书就是方太20年来的经营管理之道，值得看~~
- 9、管理的大道至简，产品的极致匠心
- 10、垃圾！！！！
- 11、前面还好，后面太水。就是软文，介绍去年推出的水槽机、风魔方这些产品。。。
- 12、方太发家史。
能在一个家电细分，一直保持领先，除了本身的专注和技术优势外，没有国企涉足没有外企强势攻击也很重要。个人努力和历史命运相结合。
- 13、高端厨电领导品牌方太是一家知名但低调的企业，它精致产品背后蕴含的价值内核是什么，少有人知。《大道与匠心》讲述了方太从创业到腾飞的历程，分析了方太多年来的创新与经营管理之道，揭秘了其产品在极致追求背后灌注的价值力量。

1、方太的企业文化、运营方法、管理秘诀已形成一个有机的方太模式，为中国本土企业提供了很好的借鉴经验；方太的茅理翔老先生对于企业长青的探索，以及茅忠群致力于将中国儒家文化融入公司管理的实践，也给国内管理者带来了丰富的启示。

2、对方太的感情在于家里的方太电器。以消费者的角度来看，其产品从外观和工艺上，透露出方太对于匠人精神的追求。《大道与匠心》这本书即是对于品牌精神的阐述，此外，从中还能看到国内本土企业的创业维艰与对好产品的极致追求。书中有很多细节，从方太的创立到价格围剿之战，从自主研发适合中国家庭的油烟机，到成为比外国品牌卖得更贵更好的领导者，其中的不易，真的在于对产品的匠心打磨。有一个小细节给我留下了比较深的印象。方太在产品研究过程中发现了一个以往被忽略的关键点，就是嗅觉上的感受。比如，即便看上去油烟已经全部被吸进去了，厨房里也还有味道。气味可以作为衡量吸油烟的标准之一。厨房里最难闻的气味是什么？方太的研发团队一致认为油炒辣椒产生的气味。于是，嗅觉的这个新理念被应用于研发当中，在做实验的时候，研发团队首先是去四川省寻找最辣的辣椒，再通过反复实验，找到让辣椒产生最大油烟和气味的油温。在油温达到280至300摄氏度时，注入冷水，辣味就可以被最大化地激发出来。在方太的实验室里，其实经常可以看到炒辣椒的“疯狂”场面，不知情的人会误以为这是一个厨师烹饪学校。照顾到嗅觉的感受，挖掘消费者潜在的、自己并不知的需求，这样的产品，不成功也难。

3、“创新”诚可贵，“坚守”价更高 ——来自方太的启示 夏学杰《大道与匠心》是财经记者王卜撰写的一本新书，该书讲述了方太从创业到腾飞的历程，分析了方太多年来的创新与经营管理之道，揭秘了其产品在极致追求背后灌注的价值力量。以前接触过方太品牌，但是对这个企业并不了解，这次阅读是我第一次近距离接触方太。方太给我感触最深的是坚守、内涵。创新是企业永恒的主题，企业如果不创新就不会走得太远，方太始终敢于颠覆自己。但是企业的创新之路往往具有相通性，在此，我就不再多做评述了。“创新”诚可贵，“坚守”价更高。方太一次次放弃迅速将企业做大的机会。不少投资人主动上门，劝方太上市融资，进行资本运作；地方政府也点名让方太来整合行业小企业，做领头羊，方太都断然拒绝了，坚称企业发展需要有自己的节奏。方太始终不打价格战，在1999年厨电企业价格战中，方太也面临着巨大压力。很多销售员开始每天给总裁茅忠群打电话，甚至半夜都打。但是方太坚持产品的创新设计和精良制造才是品牌的核心竞争力，始终不降价，非但如此，还在2000年推出了价格更高的新产品“T型机”，这款产品和功能上做了升级，价格也比1999年的产品高出了10%。这款产品的市场反响竟非常好，方太在那场价格战中不战而胜。小心驶得万年船。但凡优秀的企业，都有着执拗的坚守，德国西门子就是这方面的典范。西门子坚持保守的财政政策，被经济专家讥讽为“拥有电力工厂的银行”。西门子习惯将所得的收益分成三个部分——三分之一用于分红，另外的三分之一作为公司的储备金，剩下的三分之一则归到公司隐性资金储备中。西门子从不参与短期的投机活动，不适合自己的，就果断舍弃。西门子十分看重业绩的有机成长，而非收购性的增长。西门子宣布成功收购西屋公司那一天，西门子的股价不升反降。因为当时人们并不看好所谓的传统经济，更希望西门子在信息和通讯技术方面投资。然而西门子的决策层却坚持认为，“不管哪个领域，廉价而充足的电力供应都发挥着重要作用。”为了坚守自己的品牌、主业，方太拒绝与豪门合作，并经历割袍之痛。砍掉运作两年的正处于上升期的米博，淡出电热水器市场，转而专注于厨电领域。为何有的企业能够风风火火一阵子，过几年就会销声匿迹。当时其产品也是走在前沿的，否则也很难红火起来。一方面可能是因为创新能力不够，没有持续的发展力；另一方面则是他们的经营行为太过投机，看什么好，就跟风上。笔者觉得，相对于创新力，中国企业更缺少的是坚守，这包括对品质的坚守，对主业的坚守，对责任的坚守等。注重内涵，儒学治企。茅忠群说：“公司创新能力的建设还要从企业文化或是企业的使命开始。”2008年之后，成为行业领头羊的方太开始从管理文化层面寻找基业长青的路径和企业的社会意义。在行政楼一楼进门左侧设立了孔子堂和孔子像，并经常邀请国学大师授课。每天早晨8点15分至8点30分，公司上到管理层下到车间的每一名员工都从诵读国学经典开始一天的工作。正如周北辰在《儒商管理学》一书中所言：“要建构中国式的商业文明模式，就必须复兴民族传统文化，从民族传统文化中培育并提炼出中国的现代商业精神，并形成相应的‘治理结构’。”中国的商业管理模式，不能完全照搬照抄西方的，必须探索出适合自己的，方太的探索之举值得赞誉。今天是昨天的延续，历史是无法割裂的，正如马克思所言：“人们创造自己的历史，但是他们并不是随心所欲地创造，并不是在他们选定的条件下创造，而是在直接

碰到的、既定的、从过去继承下来的条件下创造。一切已死的先辈们的传统，像梦魇一样纠缠着活人的头脑”。要想建立属于中国自己的商业文明，有必要去回望历史，站在传统文化的肩膀之上继往开来。大前研一在其《无国界的世界》一书中建议，学习中国人的智慧。他认为日本企业特别缺少中国人的这一智慧，日本人一直在模仿西方产品的设计，坚信自己能够做得更好、更快、更便宜。“但是最基本的一点却是，他们从未想过自己是世界的中心。”学习中国人什么智慧呢？那就是“中国人深信他们可以改变世界。”大前研一写道：“‘中国’这两个字，汉语的字面意思就是‘宇宙的中心’，它在精神上给中国人提供了信心，激励他们以一种新的眼光看待事物并且追求普通答案之外的答案，挖掘其潜在的原因和外界的联系。这是一种动力来源，其影响力是无穷大的。”大前研一显然是从中国的思维中找到使命感，找到推动企业及人的发展的源动力。茅忠群也认为光靠制度约束是不行的，要用道德跟理智来管理，他最推崇儒家的一句话是“道之以德，齐之以礼，有耻且格”。没有良好的价值追求，企业是很难做长远的。企业做大了，做的就是一种文化，输出的就是一种价值观。茅忠群说：“优秀企业和伟大企业的不同在于，优秀的企业满足人的欲望，而伟大的企业则引导人向善。伟大的企业有四大特征：用户得安心，员工得幸福，社会得正气，经营可持续。”方太注重内涵，创造性地将儒家文化理论与现代企业管理模式相结合，令人敬重。

4、中国的经济总量已经位居世界第二。在这样的发展背景下，中国经济已到了从做大转向做精做细、做出自己品牌的转折点。方太，中国少有的厨电高端品牌，成功狙击洋品牌，和东方美食一起，挥师东南亚诸国。它的发展之道、创新之道、经营之道、管理之道，值得那些还困顿与价格战厮杀中的企业们借鉴。

5、做企业的终极意义是什么？其实不是盈利，盈利只是目的。在追求利润的过程中，在激烈的市场竞争中，企业已经自觉或不自觉的涌入推进、创造人类历史的洪流。匠心、大道，对与错，是与非，不同的历史会给予不同的说法，至少在这千年文化中，我看行。

6、三年前去参观过一次方太，有幸聆听了茅总对现代儒家管理的分享，记得当时有说过方太是全员持股的企业，就是为了能够让员工与企业同舟共济，企业以员工为荣，员工以企业为家。昨天在首都T3航站楼偶然看到此书，感觉还是非常不错的，尤其是附录方太管理原则，感觉这个是干货，呵呵。

7、当传统文化溶于管理——读《大道与匠心》半部《论语》治天下，当传统文化融入企业管理会如何，方太企业用20年摸索为我们呈现了一个成功的范本。所以他们要做的是引领市场，而不是仅仅满足市场。方太集团董事长兼总裁茅忠群认为，你只有颠覆自我，才不会被别人颠覆，不管是多么成功的公司，这个规律永远在起作用。所以，方太是国学等传统文化开始，颠覆自我。茅忠群从国学中悟出了慎做加法、常做减法，方太的成就也让所有方太人欣慰。茅忠群的观点正好和儒家思想中的“舍得”正好不谋而合。在面对挑战时，方太区别于其他企业的不做加法而是做减法，让方太集团往前走了一大步。减法之后，方太集团更加专注于厨房电器专家这个定位了。并从其中感觉出核心竞争力需要通过技术的不断叠加升级，不断深挖消费者需求来实现，在任何一个节点失去先机，都可能失去市场。这是方太人和茅忠群的警醒。所以，他们也往“四得”上发展：用户得安心，员工得幸福，社会得正气，经营得持续。众多周知的是，中国的许多民营企业由于根基较弱在生存压力下普遍倾向于追求短期利益，但方太人的目标却是不做500强，要做500年，因此方太人把企业文化看得很重，以儒学为代表的国学来打造企业文化，塑造企业风貌。经常邀请国学大师授课，每日的工作从诵读国学经典开始一天的工作。方太集团和其他的许多企业一样，发展到一定规模时就逐渐出现了机构臃肿、层级复杂，使得效率低下，必然最终会影响到产品销售价格和客户体验。方太的管理层从国学中体会到了扁平化管理的好处，并应用到管理中，分公司直接对接总部的一级经销商，逐步激活了市场开拓能力，为方太发展壮大打下了坚实的基础。他们认同的是儒家思想中的“道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格”，茅忠群的理解，让人深思。尤其是方太人那种对制度发自内心的遵守和敬畏。而儒家文化也得到了全体员工的认可、支持，并自发地学习、时间，同时也逐步形成了现代儒家管理的模式。直至2014年，终于形成了“中心合璧”的核心理念和“两要五法”的框架体系。在谈到对员工的国学教育时，茅忠群说，教育的目的是想让你通过对儒家思想的了解，发自内心地认同，从而改变你日常的行为习惯。通过在儒学的研究中，茅忠群思考出了企业管理中的两个重点：以用户为中心，以员工为根本。拥有幸福感的员工才能为顾客带来好的产品和服务，所以方太率先进行了非上市公司全员股权激励的尝试，赢得了员工的归属感。这些都得益于他对儒学的研究思考。这也是应当值得许多企业借鉴的地方。方太这样的“道为本、善为基、创为要”，既持守大道又独具

匠心的企业，是应该值得更多关注的。（《大道与匠心》，王卜著，中信出版社2016年1月出版，定价：32.00元）

8、只是听方太这个名字，似乎完全没办法猜到它是怎样的一个企业。对于不了解它的人来说，《大道与匠心》肯定是一个认识方太的最好的窗口，而对于了解它的人来说，似乎也能从里面看到一个不一样的方太。“不做500强，要做500年”的豪气，并不是一个没有文化底蕴的企业敢于喊出来的口号。书中介绍到方太坚持以儒学融入企业管理之中，这本身就是一种认同文化对于个人乃至一个企业至关重要作用的表现，这是孕育企业独特的气质和文化的前提。试想，一个没有企业文化的企业，是不会懂得坚持，不会懂得传统文化和现代企业管理的融合，不会懂得以员工为本。作为一个之前完全不了解方太的人来说，看了这本书，却产生了对方太极度浓厚的兴趣。在一个国学传统不那么受重视的今天，有一个企业敢于用儒学来治理企业，这是源于怎样的勇气和原因？这是我对方太产生兴趣最重要的一点。

9、当互联网公司席卷整个中国的时候，很多实体经济的企业家都感到十分焦虑，也纷纷在思考未来究竟何去何从。而本书中方太的一些企业经营和管理的理念或许能够带给处于阵痛期的企业家们一些启发。看完书后，我觉得方太是一家非常有意思的公司，公司从创立之初就没想走低端路线。方太的茅总虽然是商二代出身，但他没有像传统意义上的继承父亲的产业，而是独辟蹊径，选择了做厨电这个看似饱和了的市场。他也选择了一个较为明智的经营方针：不打价格战，而是通过设计和创新去提升品牌的附加值。书中写到一个品牌如果一开始做低端然后再想做高端就难了。的确是这样的，市场上许多企业为了市场占有率不断地恶性竞争最后导致整个行业利润率的大幅下降，比如近几年的小米手机，再比如前些年的彩电行业竞争等等。而我相信，在未来一定是细分领域的市场，譬如专门针对医生或者是老师的抽油烟机，又或者是专门针对年轻人的抽油烟机。当你能深入挖掘某个领域的消费者潜在的需求后，通过互联网强大的用户基数，你能获得非常多的忠实用户，并且这种用户不以价格或者别的因素而改变对于一个品牌的忠实度。那如何才能挖掘潜在的用户需求呢？书中提到一个好的企业是要引领消费者，而不是迎合消费者。我觉得一个企业要想引领消费者就需要有质疑精神，要多问自己几个为什么。为什么水槽不能自动洗碗？为什么水槽不能带有消毒功能？一定要时时刻刻去质疑公司的产品，并且通过逆向思维不断地去改进，当一个企业真正的有质疑精神的时候，创新自然是水到渠成的。一个公司的企业文化达到极致的时候，它一定能输出自己的价值观，并且有一帮忠实的“教徒”，比如苹果和谷歌。我曾经有研究过KPI与OKRs的考核体系，而方太的管理体系我认为更偏向于OKRs，即有自己的一个长期的愿景与目标，并为此而努力。但方太不但有西方传统的经典管理体系，又加入了儒释道的核心价值观。的确很多企业都在学国学，认为企业文化中加入国学之后员工就会认同公司的价值观了。但现实哪里是这样一回事，首先一个现代的企业管理必须要建立严格和完善的制度，再配以国学作为辅助，如果反过来企业就成了一个教会了。那究竟该如何在企业中加入国学理论呢？我的观点是应该自下而上的去看待传统的东西，要将传统打碎，去摘取其中合适的“碎片”融入到企业中，用于解决一些制度无法解决的问题吗，切不可将整套体系完全照搬，世界上没有两家公司可以使用同样一套体系。书中提到的全体员工分红的制度虽然不是方太首创，但基于企业的规模，也是令人佩服的。我十分高兴的是作为浙江人，在自己的家乡有一个始终专注于用户、产品的公司，而我也希望国内这样的企业能够越来越多，希望有一天不再是买到Made in Chian的产品，而是Deign in Chian。

10、这本书给我留下最深刻印象、也是让我颇为受教的是茅忠群的“半部《论语》治企业”的理念。坏制度能让好人变坏，好制度也能让坏人变好。“道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格”。人最可贵的是自律，最难做到的也是“慎独”。如果仅仅依靠法家强硬的制度和严酷的刑罚来约束人，虽看起来井井有条，但一旦人处在隐秘的环境中，便极易松懈、然后犯错，并且犯完错之后还有一种占到便宜的快感。只有人从内心中真正地认同现有的规则，才会将其作为自己的做事准则，遵守起来也便水到渠成。这条理念对于领导者、管理者、个人都很有启发，半部《论语》可以治天下、可以治企业，自然也可以正身。书的最后还附了方太集团的具体管理制度，通读起来制度中规定最多的是企业对顾客的责任、上级对下级的服务意识，这对于以家电为产品的企业来说，恰恰找到了企业生存的两个根本作为衣食父母的顾客、作为企业主体的基层员工，以低姿态的服务理念来经营企业，就为企业的强大准备了必然的条件。方太每年还拿出企业受益的5%用作创新，以创新起家的企业极易陷入被后来创新的企业超越的困境。就如同方太总裁茅忠群在当初毅然决然地将家族企业转变为国内急需的抽油烟机制造企业时的出其不意一样，不断地创新、不断地超越自身一

一直都是方太能够将国货卖得比洋货贵的决定因素，立足于国内居民地需求，但又不断地改进自身产品、开发客户的潜在需求，才能保证自己永远处在整个行业的领跑的位置。别人都在做的挣钱的事情，你做了不一定挣钱；但是找到以后可能挣钱的事情，你做了才有可能挣钱。我原本想在此书中找到一些关于方太抽油烟机的结构图，但很可惜，作者并没有附图，一切的结构全要靠自行想象，如果有兴趣的话，倒是不妨从网上搜一下方太的每款产品的构造图，这样对理解本书可能会更有帮助。意外的是，我没有看到图，却在此书中看到了一些有趣的小故事，方太员工在服务顾客的时候讲求诚信、做好人好事，这其实无形中都在给企业打广告。现在制造业那么发达，可能同类产品之间质量上差别并不大，所以，企业要拼的就是软件，是产品所附带的服务或者说是文化。“与人方便，自己方便”这个道理也许许多人都懂，但是真正地做起来的话就会有人考虑个人得失的，尤其是以盈利为主要目的的企业，更是不得不考虑一下成本了。其实，与其说方太是不计小利，不如说方太是目光长远，这也是我们还有许多企业都要学习的。在大众创业、万众创新，企业纷纷融资上市的热火朝天的经济形势下，能够像方太这样以“不做五百强，要做五百年”为口号，能够保持理智，专注于员工的发展、充分考虑到企业的发展节奏、将顾客的体验作为产品的标准、锐意创新的企业的确不多。另外，还有一条不容忽视的是此书的定价，可以说是太便宜，竟然只有32块钱。难得中信有定价这么低的好书，虽是管理“圣经”，但读完并不会让人热血沸腾、头脑发热，而是让人冷静下来，好好思考，有一个长远的规划，强烈推荐各位读一读！

11、有温度的中国本土商业案例——读《大道与匠心》彭忠富 一日三餐事关每个人的幸福指数，于喜好烹饪之道的国人来说更是如此。因此，谁的产品在国人厨房中出现的次数频繁，谁在厨电设备的市场份额就越高，而方太无疑是中国厨电行业的领跑者。失败的企业都差不多，但成功的企业却各有各的不同。作为中国厨房文化的代言人，新生活观念的倡导者，消费者心目中的“厨房专家”，20年来方太不忘初心，不断创新，始终保持在中国厨房电器、集成化厨房解决方案领域的领先地位。

让家的感觉更好，方太已然成为了一家受人尊敬的伟大企业。方太总裁茅忠群认为，“优秀企业和伟大企业的不同在于，优秀的企业满足人的欲望，而伟大的企业则引导人向善。”伟大的企业用户得安心，员工得幸福，社会得正气，经营可持续。大道至简，匠心独运。茅忠群将儒家文化与西方经营之道相结合，依托精益求精、创新驱动的工匠精神，开创出独特的方太文化。我认为这就是方太的成功之道。

在财经作家王卜最近出版的《大道与匠心》一书中，他以文化为主线，系统梳理了方太近20年的发展史，讲述了方太从创业到腾飞的历程，分析了方太多年来的创新与经营管理之道，比如如何应对价格战，以及在扩大产能时怎么处理与代工厂商的关系等，揭秘了其产品在极致追求背后灌注的价值力量。方太已经成为将中国儒家文化成功运用于现代企业经营的典范，本书对于读者深入了解方太文化的缘起、成形和创新，对各类管理者更好地融汇东西方管理思想大有裨益。

本书包括抉择，企业发展之道和变革，市场经营之道等五章。在叙述了方太的每一阶段经营案例之后，王卜会加上一段精彩的点评，有助于读者深入理解方太模式。而在每一章的开头，作者则放上了一段提纲挈领的文字，有方太高管对茅忠群的评价，“他特别喜欢看书，但是他总是带着批判的心态看，看完之后说哪些地方他同意，哪些地方他不同意。”；也有茅忠群的经典语录，“自己把自己颠覆掉是最好的，不要等别人来颠覆自己。我们在不断地引领中国油烟机行业的发展，但我们又不断突破自己，颠覆自己”。通过这些案例、点评和语录的综合呈现，我们可以发现，方太的成功也不是偶然的，它有自己的独到之处。譬如方太拒绝外资品牌的兼并；企业做到一定规模也坚持不上市；坚持不贴牌、不代工，珍惜自己的羽毛；率先在方太实行“全员身股制”，即只要员工任职满两年，都可以获得一份公司股权。最让人叹服的是，每天早晨开工前，公司全体员工诵读15分钟国学经典。这不是哗众取宠的形式主义，而是已经内化为每位员工的自觉行动，完美实践了茅忠群“半部论语治方太”的管理理想。

道之以德，齐之以礼，有耻且格。用道德和理智管理，大家就会发自内心地自觉遵守制度，因为不遵守是可耻的。当人们形成了这种意识，内心建立了这种对制度的敬畏感、荣辱感，行为自然就在规矩之内。茅忠群将儒家思想引入到西方式企业管理中，最终形成了别具特色的中国方太式管理，使企业得以可持续发展，成为市场的引领者。大道与匠心，从本质上讲是一个统一体，大道至简，就是专注；匠心独运，就是极致。只有方向和道路选对了，才能实现“口碑”和“快”。高端厨电品牌方太不做500强，要做500年，这份有温度的中国本土商业案例，必将激励着大家迈向成功。

《大道与匠心》

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