

《無印良品的改革》

图书基本信息

书名：《無印良品的改革》

13位ISBN编号：9789574505623

10位ISBN编号：9574505626

出版时间：2007-07

出版社：小知堂文化事業有限公司

作者：[日] 渡邊米英

页数：208

译者：麥盧寶全

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

《無印良品的改革》

內容概要

以實踐「No Brand」精神的無印良品，崛起於1980年，一路走來始終貫徹站在使用者立場來製作商品的堅持，深受消費者的支持與肯定，更被票選為品牌好感度第一名。然而就在2000年卻面臨業績急速下降的危機，甚至還有人認為無印良品的時代已告終結！令人驚訝的是從2002年至今，無印良品的營收卻再次復甦，獲利甚至開創歷史新高。它是怎麼辦到的？

本書中，除了能一窺無印良品簡約樸實的企業精神外，更能找到許多關於企業改革的啟示！

走出有樂町站，再往東京車站的方向走一小段路，便能看到一塊以暗紅色為底，寫著「無印良品」四個白色大字的招牌。高高的天花板、簡樸的內部裝潢、家用品，以及讓人聯想到自然的背景音樂——走到這裡，你已進入獨特的「無印世界」……

《無印良品的改革》

作者簡介

渡邊米英 1952年生。日本關西學院大學經濟系畢業。1980年進入產經新聞社，正式踏入商界。曾任職於《販賣流行》雜誌部、大阪經營所。1996年自行創業。承辦連鎖商店、相關企業情報的市場銷售與顧問、商業開發市場調查業務，並為《食品商業》月刊、《販賣流行》雜誌等商業雜誌撰文。現為日本網路市場公司股東、shift planing公司董事。著有《服飾推銷規劃的成功方程式》、《迴轉壽司的經濟學》。

譯者 麥盧寶全 淡江大學日文系畢業。現為專職的日文譯者，譯有《恐怖的人狼城第二部：法國篇》、《山伏地藏坊的放浪》、《突破力》（小知堂文化）、《月族》（方塊出版）。

《無印良品的改革》

精彩短评

- 1、 面试muji读过
- 2、 。。。
- 3、 翻譯有些錯誤！本書有很多實用的資訊，如能針對部分細節再進一步說明，就更好了！
- 4、 比较详细的介绍了无印良品遇到经营问题所做的改革举措，还是挺不错的。谢谢赵同学从台湾带回书来给我！
- 5、 很实在
- 6、 有点意思
- 7、 在谈无印良品 怎么复活 还有一些经营策略之类的~（只是不合我口味~）
- 8、 原来无印良品是以便宜为卖点出道哦
- 9、 用數據表格說明無印的高效源自每個細節的調查與思考。
- 10、 2016年第9本。十年前出版的企业介绍，不过即使是在现在看来，无印良品的理念依然很有生命力呀！
- 11、 “因为存在，所以合理”；“因为合理，所以便宜”，無印提出这样的广告语，或者是说整个企业发展方向，我大胆才想他的思路来源于此。整本书从“V”型的发展曲线讲述了企业的发展经历，从顶峰到衰退再到回生，从中汲取有利经验将助于企业管理。跟导师谈及到企业文化问题，我认为这是血液，灌注于企业上下。优秀企业文化将带领企业走向，不说是辉煌，而是生命力；而不正确的企业文化，时间只会让其淘汰。文中一句话印象很深：“简单有时比华丽装饰更美丽”。無印因为特色吸人眼球，同样，人也会因为纯净的气质让人接近。
- 12、 比较有启发。但细节太少。
- 13、 这是我看过的第一本商教书，虽然是因为工作的缘故违背了”非自愿原则”，但还是对日本企业事无巨细的管理佩服得五体投地，纵使电商闹腾地再厉害，有好产品、好管理的公司不会死掉。P.S.台湾人的翻译读起来好困难啊。
- 14、 这本书相比muji董事长松井忠三的书差多了。
- 15、 创意，调性，执行，坚持，改革
- 16、 从企业管理层面介绍了无印良品的衰落与复苏，盲目扩张以及僵化的机构设置是其衰落的主要原因，而关注细节以及建设信息系统并利用数据是复苏的源头
- 17、 不得不说无印良品走过的路非常值得中国本土品牌学习
- 18、 看到一半实在看不下去了，浪费时间
- 19、 商业好书，要做商业优化很不容易啊，设计细分很麻烦。很多内容。财务细分很复杂。货架细分很复杂。库存细分也很复杂，这些东西又要优化，就特别厉害。
- 20、 no more vertical printing reading
- 21、 真难买.....
- 22、 虽然都是一些看似比较枯燥的图表和数字，但比起那些推销其逼格的mook好多了（无印就喜欢出这一类）。能够挽救一个企业的除了好想法，还有切实的调研与执行能力。其内部精确的数据统计与企划能力真可怕，国内的专业策划公司与之相比都是只会忽悠的战五渣。
- 23、 企业文化性与理性经销的结合
- 24、 书有点老 笔者应该是2007年写的 那时候无印良品刚刚复苏 远没有现在那么成功 本书详细讲述了无印良品如何发展壮大亏损直至复苏采取的一系列举措 很多举措写的很详细 对于企业管理来说值得借鉴
- 25、 strategic management

《無印良品的改革》

精彩书评

章节试读

1、《無印良品的改革》的笔记-第110页

松井社长所谓的“大队接力式的经营”，其实就是“根据简单的规则来推动组织运作”的结果。另外，无印良品还设置能判断“新商品是否值得重制”的基准数值。例如，女装在销售一周、男装在销售两周后，销售量“若达到预期的数量的一点三倍以上，便可追加；若未达零点七倍，则利用原有的不了，改变款式，重新制造。”

2、《無印良品的改革》的笔记-第151页

中国虽是个极富潜力的市场，但仍有许多无法想象的棘手问题，如上表问题等等。在同时具有机会与风险的中国，着见长达十年以上的商标登陆问题，竟能获得大致解决，兴奋也是理所当然的。

3、《無印良品的改革》的笔记-第195页

门市要如何透过地区经理、区域宗店长和总公司顺畅沟通，也是很重要的问题。每个星期一、二，地区经理会聚在总公司，进行上周的总检讨与订订下周的商战策略。此外，地区经理还会与商品人员开会，检讨每月或每三个月的营业计划、问题所在与促销计划等，所决定的事项会在星期三、四的区域店长会议中提出。区域店长接到指示后，会在星期五巡回区域各门市时传达总公司的指示。区域店长被赋予的任务就是要让自己的店完全执行总公司的营业指示。如果发现问题，就必须提出来与区域经理讨论。如果区域内有门市无法彻底执行总公司的指示，区域店长就必须先到该店，设法协助该店执行公司的指示。与区店长优势给予其他店长在管理上的建议，必要时还会当场对店长进行指导。

4、《無印良品的改革》的笔记-第166页

于是他们修改轮值表，在业绩曲线开始攀升前的那段时间，多分派一些人手来支援。早上还是要有人进行上架，但只需专门进行该项工作的人力即可。

5、《無印良品的改革》的笔记-第186页

守则中还以图示说明如何依据顾客数量来决定是否应支接收银。在商家方面，守则明确规定S到D各等级商品的上架与整理时段。S级与A级在一天中上架三次，整理两次；C、D级各一次。

6、《無印良品的改革》的笔记-第139页

这些基准项目包括商圈内零售销售额、所得差、从店面到车站的距离、当地旅客人数、设立门市所在地的商业设施之年营业额、其他承租者数量等。德江部长在为一个物件评分时，总会亲自到现场勘察五次左右。他会先搭计程车饶益饶该商圈，并和司机聊天，出于鲜少有车资超过一万日币的“长途旅客”，因此司机会提供他很多资讯，就连哪间店卖什么都是话题。当大致有了概念后，德江部长便亲自开车，反复来回仔细确认半径十公里左右的状况。不论平常或周休，这件工作都要进行。若遇到有意设立门市的案件，德江部长会再度亲自到现场仔细调查。若是既有的商业设施，便会在哪里待上七到八个小时，观察该大楼刚营业、中午、下午三点，与结束营业前的状况。

7、《無印良品的改革》的笔记-第51页

80年代就开始聘任兼职者为店员。

8、《無印良品的改革》的笔记-第189页

为了让卖场“有朝气与活力”，无印良品佣金各种方法与巧思，独创出“热门商品搜查队”，这是营业部长田中还在担任京滋地区经理时，在他负责的门市中所使用的店长培训法。田忠部长等三人针对业绩特别差的门市进行早晚各一次的视察，时间长达半年。他会在早上给予店长指示，并在晚上验收店长执行成果。藉由每天的视察，不但能掌握店长的经营状况，还能清除了解员工的详细工作庆幸，更能看得出任何的进步。

9、《無印良品的改革》的笔记-第39页

无印连品的概念全都在这个名字里。就是站在生活者的立场，重新省思商品本质，并以低廉的价格提供高品质的商品。

10、《無印良品的改革》的笔记-第40页

最明显的差别就是SAVING在开发时，只与制造商合作；但无印良品从创业初期，就一直有外部设计师参与。无印良品的每一样商品从企划到开始贩卖，都会经过好几道手续。总而言之，即使商品企划案已经获得公司内部最高决策机构——商品策略委员会（MDS）的认可，后面还有一道更严苛的关卡等着，就是由起名公司外部的咨询委员构成的“商品判定会”

11、《無印良品的改革》的笔记-第7页

呵呵

12、《無印良品的改革》的笔记-第117页

于是无印良品开始尝试新的开发方法来强化商品开发能力。在2001年首先采用的便是以便透过网路与消费者沟通，以便进行商品开发。首先订出一个企划主题，如“床边照明”，借着在无印良品网站的社群中，向网友募集意见，了解网友们心中最理想的商品为何。承办人员则将网友提出的点子统整，并挑出几个方案让网友投票选出最想要的商品。接下来，承办人员会根据得票数最高的点子画出设计蓝图，并在此举行投票，做出样品。等到决定好规格与价格后，便开始接受顾客的预订。一旦订单达到最小生产量，便开始正式进行商品化。

《無印良品的改革》

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