

# 《黑猫宅急便的经营学》

## 图书基本信息

书名：《黑猫宅急便的经营学》

13位ISBN编号：9787313129688

出版时间：2015-7-1

作者：[日]小仓昌男

页数：220

译者：毛文伟,李勤

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](http://www.tushu000.com)

# 《黑猫宅急便的经营学》

## 内容概要

雅玛多运输推出的宅急便业务是日本运输业的一大创举。尽管一开始并不被看好，但由于负责人小仓昌男先生对市场需求进行了细致调查，对业务流程作出了周密规划，成功地解决了服务和成本的平衡问题，使该业务获得极大成功，进而带动日本个人快递配送业务快速发展。作为宅急便业务的第一决策人，本书作者小仓昌男先生在书中详细介绍了宅急便业务推出的历史背景、业务规划实施的全过程、遭遇的困难以及采取的对策，帮助读者深入了解日本企业的运营模式和决策流程，并对日本式的经营哲学取得一定认识。

# 《黑猫宅急便的经营学》

## 作者简介

小仓昌男，日本最强大宅配系统“宅急便”的创始人，黑猫宅急便元社长。1924年生于东京。1947年毕业于东京大学经济学部。1948年进入父亲经营的大和运输（现称雅玛多运输）。1961年成为公司董事。1971年升为社长。1987年就任董事长。1991年改任董事顾问。1993年，因为公司遭遇危机，重新就任董事长。1995年，再次辞任董事长。目前，作为雅玛多财团理事长，专心开展财团各项活动。小仓先生在宅急便的开发过程中积累了大量与运输省及邮政省等斗争的经验，是著名的积极倡导放松管制的“实行者”，曾担任行政改革审议会委员等职务。本书是小仓先生本人的唯一著作。

# 《黑猫宅急便的经营学》

## 书籍目录

- 绪言 / 1
- 第1部 牛肉饭和曼哈顿——宅急便前史 / 7
- 第1章 宅急便前史 / 9
- 二战前曾是日本第一货车运输公司 / 9
- 过去的成功成为灾难——在远距离运输上起步晚了 / 12
- 赚钱的公司，不赚钱的公司 / 15
- 良性循环和恶性循环 / 19
- 第2章 我的学习时代 / 22
- 提高生产率 / 22
- 第二产业和第三产业的经营差异 / 27
- 物流革新的进展 / 30
- 在讲座中学到的市场营销 / 业态 / 全员经营 / 33
- 第3章 市场的转换——从商业货物到个人快递 / 37
- 通运、百货配送——迈向多元化的道路 / 37
- 业绩的恶化 / 39
- 两个市场 / 44
- 对个人快递市场的关心 / 46
- 学习吉野家精简菜单 / 48
- 第4章 通往个人快递市场的道路 / 50
- 缺点对策 / 50
- 关键是配送网络 / 54
- 网络事业的特征 / 57
- 在曼哈顿收获信心 / 59
- 第2部 服务创造市场——宅急便的经营学 / 63
- 第5章 宅急便业务的开发 / 65
- 全员反对 / 65
- 宅急便开发纲要 / 68
- 工作团队的组成 / 70
- 关键词是“包裹的密度” / 73
- 商品化计划 / 75
- 开始营业 / 81
- 第6章 服务的差异化 / 83
- 翌日送达的实行 / 83
- 任何地方都可以实现“翌日送达” / 86
- 用两班制来提升服务水平 / 88
- 服务等级的确定 / 90
- 供应者的逻辑，使用者的逻辑 / 92
- 第7章 服务和成本的问题 / 94
- 先服务，后利润 / 94
- 先车辆，后货物 / 98
- 为什么要增加员工 / 100
- 安全第一，营业第二 / 102
- 第8章 一马当先三年计划，和行政部门的斗争 / 106
- 创业五年后清算保本点 / 106
- 一马当先三年计划 / 110
- 和运输省的斗争 / 114
- 转换模式，再次和运输省斗争 / 119

过疏地区经营赤字的谎言 / 1 2 2
第 9 章 全员经营 / 1 2 4
基层自发工作的体制 / 1 2 4
推销驾驶员是“寿司店”的师傅 / 1 2 8
优秀的前锋 / 1 3 1
美国是职业棒球，日本是学生棒球 / 1 3 3
对日本人来说，工作的意义等于生存的意义 / 1 3 6
有干劲的员工团队 / 1 3 7
第 10 章 在经营中灵活使用工会 / 1 4 1
工会的作用 / 1 4 1
不裁员的方法 / 1 4 5
建立劳资间的信任关系 / 1 4 7
如何获取基层的信息 / 1 5 0
而后一心同体 / 1 5 4
第 11 章 业态特色化 / 1 5 6
何为业态特色化 / 1 5 6
和丰田联合开发厢式货车 / 1 5 9
引进自动分拣机 / 1 6 2
信息系统 / 1 6 5
第 12 章 开发新产品 / 1 6 8
滑雪宅急便 / 1 6 8
高尔夫宅急便 / 1 7 1
低温宅急便 / 1 7 3
货到付款服务 / 1 7 6
图书服务 / 1 7 9
第 13 章 强化财务体制 / 1 8 3
宅急便之前的状况 / 1 8 3
融资渠道多样化 / 1 8 6
每天有进账的买卖 / 1 8 8
第 3 部 我的经营哲学 / 1 9 1
第 14 章 激发组织活力 / 1 9 3
二战后的组织理论——直线职能制 / 1 9 3
事业部制的流行 / 1 9 4
个人偿还制 / 1 9 5
从金字塔形组织到平面化组织 / 1 9 7
人事考核制度 / 1 9 8
第 15 章 成为经营领袖的十个条件 / 2 0 1
理性思考 / 2 0 1
阅读时代的潮流 / 2 0 3
战略性思考 / 2 0 4
进攻型经营 / 2 0 5
不依赖于行政的独立精神 / 2 0 7
不要依赖政治家，唯有自强不息 / 2 0 8
和媒体间的良好关系 / 2 1 0
开朗的性格 / 2 1 1
自掏腰包 / 2 1 2
高度的伦理道德观 / 2 1 4
后 记 / 2 1 7

# 《黑猫宅急便的经营学》

# 《黑猫宅急便的经营学》

## 精彩短评

1、很多的干货，谈到了关于其物流的转型 - 从商业货物到个人快递的转型，与大客户三越的合作终止（是因为不能接受其领导人只顾其公司利润至供应商不顾的无理要求），到确定走宅急便业务的道路，从一开始投入的亏损到几年后达到盈利的保本点，采用先服务后利润的经营方针，采用全员经营，多特色业态的方法，逐步扩大经营。值得一提的是里面对于工会，国内企业基本上是形同虚设吧。

# 《黑猫宅急便的经营学》

## 精彩书评

1、这本书的内容比较专注于业务本身，所以对于我这样的外行人来说，没什么能起到举一反三的作用。不过读了这本书后，倒是让我对三方面事物有了兴趣：1、中国大陆的快递发展情况我实际生活中用到快递，基本也是随着网购而兴起的。但在那之前，中国的物流运输公司有没有像本书中的雅玛多运输公司那样经历过业务的大转型呢？2、日本工会的作用书中有好多内容都提到了公司资方与劳方、社长与工会长的对立合作关系。我很好奇，在日本的企事业单位中，工会到底是一个怎样的组织、发挥着怎样的作用？或者其实应该说，我想看看在世界上正常国家内的正常工会到底是怎样的。3、宅急便在中国的业务公司、网站到底是哪家啊？

## 章节试读

### 1、《黑猫宅急便的经营学》的笔记-第105页

什么都是第一的社长属于“战术层面”的社长。能根据本公司的现状清楚指示什么是第一，什么是第二的社长才是“战略层面”的社长公司短期追求什么，什么就是第一，这样的第一文化等同于没有第一

### 2、《黑猫宅急便的经营学》的笔记-第84页

快这个点，其实就是互联网思维所说的尖叫点。用良好的服务让用户得以感知，并进行口口相传，节省营销费用。同时，快还让企业的规模效应得以提升，降低了边际成本，进入一个良性循环模式当中。

PS：书中提到其实三日送达的成本并不低，相反还会增加中间储存货物的成本

### 3、《黑猫宅急便的经营学》的笔记-第60页

虽然很难弄清楚网络体系整体的保本点是多少，需要多少年才能超过。单每辆集配车的成本是很清楚的，每天处理多少件才能超过保本点也是清楚的。曹冲称象

### 4、《黑猫宅急便的经营学》的笔记-第78页

按地区统一收费原本在我们看来是行业标准的东西，原来并不是这样。快递行业是有“时价”的。但是为了保证用户的便利性，并且更多的下单，才统一做了区域划分的标准。

### 5、《黑猫宅急便的经营学》的笔记-第56页

作者思考建立多少配送点的模式很有意思。他先是按照货车半小时能覆盖的范围来进行画圈，后来发现这个工作特别繁琐。之后便参考了社会公共设施的数量，将自己的数量与日本警察局的数量保持了一致，这个想法很有突破性，并且确实有效

### 6、《黑猫宅急便的经营学》的笔记-第211页

宣传和广告是不同的。经营者应该理解自己必须拥有优秀的宣传精神

# 《黑猫宅急便的经营学》

## 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](http://www.tushu000.com)