

# 《日本制造》

## 图书基本信息

书名：《日本制造》

13位ISBN编号：9787508668723

出版时间：2016-12-10

作者：[日] 盛田昭夫,[日] 下村满子

页数：376

译者：周征文

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)

# 《日本制造》

## 内容概要

1946年，日本大型综合性跨国企业索尼公司由盛田昭夫和井深大先生共同创立，经过数十年的经营发展，成为全球知名的跨国企业集团，是世界视听、电子游戏、通讯产品和信息技术等领域的先导者与开创者之一。而盛田昭夫先生作为企业的灵魂，一直致力于将日本特有的企业精神及文化与自我的天赋与创新思维完美融合，并在实践中取得了巨大成功。那么，在如此优秀的日本式代表企业长期崛起在世界之巅背后，究竟蕴藏着什么不为人知的故事呢？

《日本制造》作为索尼创始者之一盛田昭夫先生唯一一部自传体商业战略论，结合盛田昭夫先生从童年起的亲身经历，以及成立索尼公司前后的创业故事——重逢井深先生、苦心所得的公司名“SONY”、走向世界、横跨地球村、进军海外市场等记叙，将索尼公司与盛田昭夫的成功秘笈、经营管理战略、创新思维方式及杰出的日本式企业如何在世界经济浪潮中安身立命并取得非凡成就的原因悉数道出，为我们更好的了解日本企业提供了最好的机会。

《日本制造》是充满汗水与泪水的“日本商界奇迹”索尼公司的动人经营故事，也是日本工匠精神代表者之一盛田昭夫先生一生的真实记录与回忆，更是想要创立世界级杰出企业、建立别具一格经营管理理念并拥有自身超凡魅力的优秀领导者和创业者们的必备书籍！

# 《日本制造》

## 作者简介

## 书籍目录

新版序言 / VI

前言 / VIII

### 第一章

战争—生还与希望

1. 成长 / 002

2. 海军岁月 / 019

3. 停战 / 035

### 第二章

和平—开启新的人生

1. 重逢井深先生 / 040

2. 开发磁带录音机 / 056

3. 起诉美国大企业 / 064

4. 凭借晶体管收音机走向世界 / 070

5. 绞尽脑汁起名为“SONY” / 077

### 第三章

走向世界—前进的历程

1. 与消费者积极交流 / 084

2. 进军美国市场 / 095

3. 首家在美国上市的日本公司 / 106

4. 举家搬到美国 / 112

5. 由“音”至“影” / 128

6. 横跨地球村 / 134

7. 进军欧洲市场 / 144

### 第四章

关于经营—亲如一家

1. 战后改革是日本繁荣的基础 / 154

2. 连带责任与协同精神 / 172

3. 技术开发、产品企划与市场营销之间的协同作业 / 185

### 第五章

“美式”与“日式”的差异

1. 破坏信赖关系的“法律万能主义”社会 / 198

2. 应该重视成就感 / 211

3. 企业是股东的？还是员工的？ / 217

4. 独断与协商 / 223

### 第六章

竞争—日本企业的活力之源

1. 激烈的国内竞争造就了国际化的实力 / 230

2. “轻薄短小”是大势所趋 / 238

3. 对于中国现代化进程的谏言 / 243

4. 竞争与自律 / 252

### 第七章

技术—生存的手段

1. 一切为了生存 / 258

2. 迈向21世纪 / 272

3. 技术与管理 / 281

4. 寻求新的技术飞跃 / 286

### 第八章

日本与世界—异同交错

1. 美国也应学会让步 / 294

2. 致日本的最佳合作伙伴—美国 / 307

第九章

世界贸易—规避危机

1. 世界需要新的货币制度 / 326

2. 如何进军海外市场 / 341

3. 10年后的消费者需求 / 352

## 精彩短评

- 1、一个乐观、胸怀天下、富有创造力的企业家
- 2、非常好的一本书，翻译文字尤其好，晓畅通达，平实优雅。很容易看下去，又从字里行间透出底蕴深厚。内容也非常赞，盛田先生用礼貌但明白的风格，叙述了“在一个日本企业家”眼中，美、日、欧商业的特点，信息量巨大。而他所总结的对外沟通的要点和日本人自身的不足，又给同是亚洲人的我们很多启发。涉及到苏联中国的，一样客气直率，非常值得一看。其中我比较意外的，是美企比日企更等级森严，颠覆了以往印象。有两处将18几几年称为20世纪，不知是什么缘故。
- 3、其实这本书的前一个名字是《索尼的故事》，更像是盛田昭夫的自传。发现买多了。
- 4、看了3/4看不下去了，就像个老人讲年轻时的故事，絮絮叨叨的。与其说是努力，更像是在说索尼遇上了好的时代，管理层做了相对正确的决定。。
- 5、实际上这并不是一本传记，而是一本写给美国人让他们了解日本企业的书，盛田昭夫在促进日美贸易上真是不遗余力，希望有一天我也能成为有这样格局的企业家。
- 6、还行吧。3.5的样子。平铺直叙的。
- 7、感觉对于人生很有用
- 8、听书。盛田昭夫自传。日本企业家特点：1.笃信渐进式创新，不认可颠覆式创新。日本人不提倡发明，而是提倡改进。一点点打磨是产品完美。（老罗推荐的原因吧）2.相信长久的信赖关系，不认为法律是万能的。3.工程师文化。
- 9、尴尬，其实就一直躺在我kindle上《索尼的故事》..
- 10、
- 11、很好的公关材料，索大好！
- 12、昔日辉煌
- 13、不错，推荐给在企业工作的人看。
- 14、对日本制造终于有了进一步认知，对知识产权的尊重对消费级用户产品的极致追求是日本制造的核心~
- 15、感觉成功人士之所以能够成功，除了运气以外，大多数人还是靠的实力，索尼之所以能成功，也是索尼的确有实力，一直在搞研发，日本人对事物精益求精的态度也是值得学习的，但是书里面日本人那种亲美的态度真是。。。
- 16、一般一般的书，没啥好看的
- 17、不可否认日本是个神奇的国度，索尼大法好啊
- 18、自由贸易、勤奋研发、注重实业，索尼的发家史，对中国企业很有意义，sony取自于声音的拉丁词sonus（一说是sound的词源）和sunny boy（创业的元老），通过内部招聘、目标带动创新、管理层了解市场审核研发的产品前景
- 19、大法就是大法！
- 20、日本人不怎么提倡创新，而是提倡改进。一点一点改善、打磨产品，直到产品趋近于完美。
- 21、叹服，盛田昭夫可谓是世界公民，向他致敬。
- 22、书中提到的竞争哲学、基本的做事态度，以及凡事长远规划的格局，很值得我们学习。
- 23、一本索尼创始人的往事回忆合集，章节间不太紧密结合，并非自传。
- 24、罗永浩推荐，值得一读。吴军说，盛田昭夫是乔布斯生前最崇拜的企业家，一定程度上苹果在模仿sony。然而国人对乔布斯狂热崇拜，对我们一衣带水的邻邦企业家却知之甚少。盛田昭夫是不世出的战略家，翻阅30年前的观点，尖锐的指出当代问题和趋势，后背发凉。这本书不是一个人或者一个企业的传记，是日本在崛起的过程中向世界的宣言，对当代的我们有极大的参考意义。我看到有人评论说所谓的运气好，帝国余晖等，实在是失望至极。
- 25、书很好，但不适合我一个学生。索尼大法好!
- 26、随便看看的，没想到还挺有意思

## 章节试读

### 1、《日本制造》的笔记-第197页

这真是一个唯有变化是不变的世界。盛田昭夫在本章节大肆贬低美国律师的唯利是图，美国人与人之间的不信任导致美国经济发展缓慢。赞扬日本社会人与人之间的信任。赞扬日本人铭记“能力越大责任越大的准则”。大家都爱岗敬业、是企业如家庭。所以日本的终身制劳动关系是先进的。但是现在回头来看，发展至今，日本各大企业的制度僵硬，缺乏创新，连年亏算等问题不都是因为这个制度造成的么。大家都觉得只要有了工作，就不愁没饭吃。那干嘛还要努力。所以，这是一个常变常新的世界。唯一不变的就是共产主义要实现真的是很难很难。

### 2、《日本制造》的笔记-第173页

在日本，一起工作的同事之间会自然形成一种互相合作的协同精神，但说到推进企业发展的原动力，年轻人永远是主力军。如果把公司的日常业务交给干劲儿十足的年轻人，干部们就能集中时间和精力去规划公司的未来蓝图。此外，日本人认为，过于明确个人责任范围并非明智之举。如果把公司比作一个家庭，那么人人抢着干活儿，才是理想状态。当然，公司作为一个庞大的组织机构，不能完全等同于普通家庭，但一旦出现问题，管理层不宜过于执着于追究责任者。这或许是一种有风险的管理理念，但却是普遍的日企文化要素。在日本人看来，关键不在于揪出责任人，而是在于探究问题的原因。

### 3、《日本制造》的笔记-第95页

1955年，我们成功制造了首批晶体管收音机。它是我们的骄傲之作，不但小巧便携，而且性能完全不亚于既有的手持型收音机，可谓非常实用。美国自然也成为我们的目标市场。当时的美国经济繁荣，就业率高，人们追求先进和新奇的产品，而且国际旅行也日益便捷

我把我们精心打造的产品定价为29.95美元，我拿着它去了纽约，走访了多家零售店。可一开始，他们对我推销的产品并不感兴趣。

他们说：你们公司干吗制造这么小的收音机啊？我们美国人喜欢大块头的收音机，我们房子大，房间多，犯不着买这样的小玩意儿。

### 4、《日本制造》的笔记-第123页

亲人的亡故使我重新审视自己的生活 and 家人的将来。一想到孩子，我就不禁为日本战后的教育制度担忧。当时日本对学生的教育可谓了无章法。绝大多数教师缺乏自信，不被社会充分尊重。教育质量低下，学习沦为以应试为目的的死记硬背。

在我上中学时，学校会严格训练学生的身体与心灵。冬天，教室里没有暖气，非常寒冷，但大家都只能身穿统一的衣服，不准擅自添衣。加入海军后，我在军营接受过军事训练，虽然只有短短4个月，但非常严酷，每天早晨前必须长途拉练。我原以为自己的身体不太强健，但在接受军训后，发现自己其实并不弱。像这样，通过认识自我，了解自身能力，就能产生前所未有的信心。精神层面的训练亦是如此，倘若不磨砺心智，人就会变得好逸恶劳，从而无法发挥自身潜力。

### 5、《日本制造》的笔记-第57页

美军占领期间，日本全国普遍物资匮乏，人们不得不求助于黑市。我们的公司 - 东京通信工业于1946年5月7日正式成立，由于公司需要，我们想方设法搞到了一辆达特桑牌的破旧轻卡，花了大

## 《日本制造》

约3.6万日元。整个公司就我和井深先生有驾照，所以我们一边要做好作为“企业家”的工作，一边还要驾车去采购工厂需要的原料和用具，以及配货送货，装货卸货，这些都是我们的活儿。

当时的东京街头混乱嘈杂，空气中飘浮着烟雾和恶臭。汽油属于稀缺物资，即使搞到手，也是价格不菲。许多汽车，卡车和公交车都经过了改造，以便使用其他燃料。而所谓的其他燃料，其实是废油，木炭，甚至煤粉和垃圾。在大街上走，偶尔还能撞见马车和牛车。为了给公司的卡车搞到汽油，我们也是绞尽脑汁。有时通过正规渠道，有时则通过其他渠道。

### 6、《日本制造》的笔记-第245页

20世纪70年代末，中国的现代化运动正在如火如荼地开展。政府官员和各领域专家前往日本，美国和欧洲各国，不断购买成套设备和技术。要想让它们发挥作用，必须拥有掌握高级技术的操作人员，可当时的中国十分缺乏这类人才。在不清楚相应机器和设备所需电力的情况下，就签订了购买合同。更为糟糕的是，他们每到一处，只对最新的自动化设备感兴趣。当时的中国人口膨胀，解决就业问题才是当务之急，因此应该推进劳动密集型产业，而非产业自动化，可他们却无视这样的现实。

当时，访日的中国人总希望参观日本最先进的自动化工厂和计算机系统。日方鉴于中国国情，担心中方无法充分发挥这些先进设备的作用，因此不给予销售。可中方人员却不听劝，一心想采购。后来，有的日企为了赚钱，把大量机器和设备一股脑儿地卖给了中国人，受到了同行的指责。但在我看来，错不在卖方。采购方坚信他们了解自身的需求，可实际上却非常盲目。有时两个采购部门彼此竞争，甚至出现重复采购相同设备的情况。



# 《日本制造》

## 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)