

# 《何享健谈美的战略》

## 图书基本信息

书名：《何享健谈美的战略》

13位ISBN编号：9787213037504

10位ISBN编号：7213037501

出版时间：2008-4

出版社：浙江人民出版社

作者：朱月容

页数：243

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)

# 《何享健谈美的战略》

## 内容概要

《何享健谈美的战略》主要内容：美的集团创始人、首席执行官何享健，在明星CEO济济一堂的中国家电行业素以“低调务实、可怕的顺德人”著称。他从1968年带领23位居民集资5000元创办企业开始，40年来使美的从一家手工作坊发展成为中国家电巨子。何享健创立和提出的美的企业文化和战略思想，如“静水流深”的企业文化，“宁愿放弃1 0075元销售收入，绝不放过一个有用之才”的人才战略，“宁愿走慢一两步，不能走错半步”、“宁愿少赚一两个亿，也不能乱来，确保做百年老店”的经营策略，“用资本解放美的”的资本运营思想，“美的唯一不变的就是变”的创新变革意识，“集权有道、分权有序、授权有章、用权有度”的管理原则，深刻地影响着中国企业界。

在《何享健谈美的战略》中，作者全面解读了何享健对美的企业文化、人才战略、经营管理、资本运营、营销攻略、品牌战略、国际化等的思索和探求，辅之以精彩的背景介绍和理性分析；客观记录了何享健领导美的管理变革实践的曲折历程；特别披露了他对美的未来、家族事业的传承、从OEM到自有品牌的转型挑战、职业经理人的激励、接班人问题等重大问题的思索与行动。这是一本综合反映何享健战略思想、全面了解美的的作品。

# 《何享健谈美的战略》

## 作者简介

朱月容，南方企业案例研究中心研究员，香港科技大学商学院硕士。

# 《何享健谈美的战略》

## 书籍目录

序 愿更多企业家分享何享健的经验第一章 向管理要利润 ——何享健论美的经营管理 苦练基本功，从根本上提升 少讲多干，把企业做大 “拆”不是必然选择 分权管理，授权经营 该管的不能放 做好管理控制 懂政治，但不搞政治 重视企业制度建设 上面没说不让干，那么我们就可以干 6西格玛是我们的生活方式 我们现在想赚钱 接班人问题会水到渠成 转变观念是关键 打造美的总部经济第二章 我们正在探索新的营销模式 ——何享健论美的营销战略 提升我们的营销力 没有自建渠道的打算 不得擅自开设专卖店 联手将蛋糕做大 决胜终端 不断优化供应链 善打高尔夫营销牌 再出体育营销拳 开创小家电文化营销先河 美的客服物语 营销背后是管理第三章 我们要用资本解放美的 ——何享健论美的资本运营 股改前后 向投资控股主体转型 引入高盛，到此为止 规范投资者关系工作 进行市值管理 宁可走慢一两步，不能走错半步 防恶意收购战 整体收购荣事达 扶正“太子” 小天鹅非常有价值第四章 财务系统扮演角色 ——何享健论美的财务管理 财务系统扮演重要角色 创造价值，监控风险 全面推广财务分析系统 谋求整体财务价值最大化 财务体系一体化.....第五章 突出重围需要“走出去” ——何享健论美的国际化战略第六章 1000亿元之后如何持续发展 ——何享健论美的战略管理第七章 宁可放弃100万元利润，也不放弃一个人才 ——何享健论美的人才战略第八章 要人家认同你，就要有自己的文化 ——何享健论美的企业文化第九章 品牌主导 ——何享健论美的品牌战略第十章 唯一不变的就是变 ——何享健论美的创新变革附录一 何享健话语附录二 美的40年巡展附录三 美的大事记

## 章节摘录

第一章 向管理要利润 ——何享健论美的经营管理

当产品由导入期进入成熟期时，产品价格逐渐下降是必然的趋势。目前，国内家电行业已逐渐进入“微利时代”。“我们进入了微利时代，未来要向管理要利润”，成为近年来企业家阶层里的主流声音。现代经济学认为，向管理要利润应从运营模式、组织架构、原料采购、生产物流、品牌管理、产品质量、服务管理、财务管理及人力资源等多方面实行节约资源、科学配套的管理方式，并要学会成本管理、精细化管理，以此提升企业的生产效率与生产质量，靠速度取胜、凭质量占优。企业的发展，要求企业最终向管理要利润、向市场要利润、向服务要利润。当然，而这一切的核心就是管理。向管理要利润，是企业的核心竞争力与可持续发展能力的最佳体现。面对家电业未来的发展态势，何享健也意识到：在家电行业利润越来越薄的情况下，美的必须要将有效的利润空间利用好，向管理要利润。苦练基本功，从根本上提升企业竞争到最高级层次，其实质就是内力的比拼，是对各种基础能力的严格考验。

从中国家电行业目前的发展态度来看，家电行业的大整合已基本完成，初步形成了巨头把持的稳定格局；从世界家电产业的形势来看，家电制造业重心将继续向中国转移，再加上中国市场的巨大容量和长期增长，中国经济的持续发展和日益壮大，这是中国家电企业的大好机会，也是美的未来发展的良好契机。何享健认为：目前形势大好，但关键在于，美的能否抓住这样的机会，狠下决心，苦练基本功，从最重要、最根本的能力上提升自己，能否将自己锻造成一个强大的世界级竞争者。

# 《何享健谈美的战略》

## 编辑推荐

何享健在中国家电行业素以“低调务实、可怕的顺德人”著称。这是国内第一本全面解读和诠释何享健管理思想的作品，客观记录何享健领导美的管理实践的曲折历程，特别披露了他对美的未来、家族事业的传承、从OEM到自有品牌的转型挑战、职业经理人的激励、接班人问题等重大问题的思索与行动。

## 《何享健谈美的战略》

### 精彩短评

- 1、没有写出何享健对战略高度的把握艺术，是企业资料的汇总。要不是作者对战略的造诣理解比较肤浅，就是何享健对战略高度的把握艺术不足。
- 2、我是美的公司的员工，评价应该算客观。这本书是作者从各种报道中东拼西凑的，时间很混乱，没有什么逻辑，欺世盗名！
- 3、此书是受人推荐买的,感觉不错!
- 4、认真读完后，觉得本书很不错！
- 5、内容翔实，让人对美的成功有较深刻的了解。
- 6、经营一个多元化的企业，要取得如此成功简直难以想象。但美的做到了，何享健说，你们去经营企业吧，我把经营团队经营好就可以了。所以何享健可以非常幽闲，经常高尔夫都不带手机。
- 7、我是美的的员工，在美的工作了4年之久，作者没有把美的真正的成功之处写出来。

# 《何享健谈美的战略》

## 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)