

<<山寨来了>>

图书基本信息

书名：<<山寨来了>>

13位ISBN编号：9787111265719

10位ISBN编号：7111265718

出版时间：2009-3

出版时间：机械工业出版社

作者：中央电视台《中国财经报道》栏目组

页数：209

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：<http://www.tushu007.com>

<<山寨来了>>

前言

2008年，国内某知名搜索公司推出年度十大网络热搜词，“山寨”拔得头筹。

“山寨”这个词的受关注度从某种程度上来说绝对不亚于北京奥运会。

如今的社会，被“山寨”的东西还真不在少数。

从手机到电脑，从文艺到明星，无一遗漏。

山寨文化盛行，问题也随之而来。

将山寨直接冠以“假”、“盗版”、“复制”的大有人在，人们迅速地在网络上形成了正反方，对山寨陈词表述，进行激烈的辩论。

有人说应该封杀，有人说应该引导，有人说应该任其发展……这样的争论直到今天依旧没有休止。

但是，这样的现象，值得我们去思考，去认识。

山寨文化实际是民间古已有之的一种特殊表达形式，只是被今天的人们冠以“山寨”的名字罢了。

这种现象不会因为你不喜欢就不存在，任何文化现象的存在都有其理由，都存在于特定的时空条件下。

应该对山寨文化持宽容态度，就像一个朝代，既要有文臣，也要有武将，各就其位，构成呼应和对峙关系，彼此纠正和制约。

这样，时代才能久远地发展下去。

山寨文化来源于民间，根植于民间，我们不能一棒子打死。

民间的智慧若得到合理的开发利用，对于我们这个社会、国家来说是福祉无边的。

这是一种大众自娱自乐的文化现象，它代表了基层人民的心声，符合基层大众的审美观。

山寨固然值得我们去思考，但是它背后所潜藏的“中国制造”的命题，其实更加值得我们关注。

山寨最早流行于手机行业，但是随着技术的发展，山寨已经慢慢地渗透到电子产品的各个领域，如果说刚开始的模仿创新能给市场带来巨大效益的话，那么这样的制造或许是成功的和值得兴奋的。

但是，如果这样的形式被贴上“中国制造”的标签，那么我们的产品在外国人的眼中，或许永远都只能被称为“低档货”，难以登上大雅之堂。

如果真的是这样，那么这不仅仅是对这些行业的伤害，还是对整个中国品牌的伤害。

我们时常会提起“中国创造”，但是无可否认，我们国家现在依旧是一个制造大国，是一些发达国家利用中国的廉价劳动力制造其所谓的高价产品的地方。

在我们对山寨现象有正确认识、对中国制造能够正确看待以后，才能对中国创造充满期望。

我们栏目组对山寨现象进行了一系列的调查研究，虽然所得到的结论或许不能让广大老百姓都满意，但是我们是站在客观公正的角度上，就这样的一些现象进行了深入的采访，并听取某些知名企业的负责人的看法，以求能给当今的山寨文化、山寨现象一个客观的评价。

我们同时也注重去观察和探讨在这样的环境下，“中国制造”能够走向何方？

“中国创造”是否能够强势出击？

道路总是不平坦的，一路走一路看，希望前方会是光明与灿烂！

CCTV中央电视台《中国财经报道》栏目组

<<山寨来了>>

内容概要

山寨之风席卷大地，山寨文化颇受争议，“两会”代表们对山寨现象也是“仁者见仁，智者见智”。山寨现象、山寨文化值得我们去思考，去认识。同时，它背后所潜藏的“中国制造”的命题，更加值得我们关注。究竟何为山寨，山寨文化为何如此泛滥，山寨有何生存法则，“中国制造”为何遭到围追堵截，“中国创造”如何才能实现，本书将一一为你揭开谜底。

<<山寨来了>>

书籍目录

前言第1章 山寨的幸福生活 凶猛的山寨手机 山寨机的疯狂内幕 不得不说的联发科 国产品牌手机深陷困局 十年山寨史第2章 山寨文化泛滥 山寨产品层出不穷 美国也山寨 山寨的社会功能 山寨文化：草根的新衣 山寨文化会否昙花一现第3章 山寨独门武器 狼性法则一：敏锐、快速的市场反应 狼性法则二：团结与合作 狼性法则三：善于发现市场机遇 狼性法则四：令人畏惧的攻击性 狼性法则五：为求生存无所畏惧第4章 理性看山寨 三星和联想的成功 山寨三境界 从山寨文化到山寨代表 保卫山寨精神 激辩山寨第5章 呼唤国产品牌狼性回归 消亡的民族品牌 国产手机复兴之路 中国彩电业的出路 PC乱世第6章 中国制造走向何方 中国制造遭遇全球围堵 谁在威胁中国制造 危机还是转机 中国制造如何突围 未来在哪里 从中国制造到中国创造后记参考文献

<<山寨来了>>

章节摘录

插图：第1章 山寨的幸福生活凶猛的山寨手机“山寨机”，其实就是拼装手机，而拼装这些手机的厂商既不是地下加工厂，又算不上正规军，所以它们的产品得了个外号叫“山寨机”。

据统计，2007年山寨机产量至少有1.5亿部（包括出口机），几乎与国内手机总销量相当。在海外市场的利润远高于国内市场的现状下，山寨机2008年的出口超过1亿部，而2008年山寨机的总出货量可能超过2亿部。

深圳有数千家手机产业链上的公司，其中90%的公司做的都是与手机有关的生意。山寨机俨然已经形成了一个分工明确、规模庞大、效率惊人的另类产业，而这一体系从研发、生产到销售渠道都非常完备。

在深圳电子市场，山寨机几乎就像萝卜、白菜一样地卖，虽然名头不好听，但是价格便宜、造型和功能独特，比如有手表造型的手机，光学变焦手机，具有验钞功能的手机，香烟盒形状的手机，宝马、奔驰、宝时捷等车形状的手机。

山寨机所独有的快速出货销售模式，使其在市场上颇具竞争力。

一款山寨机从设计、开模、采购、组装到出货只需45天。

而正规厂商仅入网检测这一项就需要一个半月，出货最快也要在两个月以上。

<<山寨来了>>

后记

相信看完本书的朋友，对书中说描述的山寨现象，或许是一种欣赏，或许是一种敬佩，又或许是一丝不屑，其实这些并不重要，这种现象、这种文化的存在是有其道理的，我们可以把它们当做茶余饭后的谈资，在悠闲的品味中去放松我们紧张的神经。

对于山寨，对于这样的文化，读者朋友们通过阅读本书，也已经有了自己的看法和见解。

但是，实际上，山寨现象只是属于抛砖引玉，我们应该更深入了解的是中国制造。

大国的兴衰印证着制造业的兴衰，从昔日的日不落帝国大不列颠到当今全球唯一的超级大国美利坚；从挑起两次世界大战的德国到创造东亚奇迹的日本，无一例外。

即使是后来的东亚“四小龙”，也莫不以制造业为发展的开路先锋。

如今，世界经济一体化的浪潮，把制造业这个机会推到了中国的门前。

中国改革开放以来，已开创出一条既适合中国国情又符合时代特征的战略道路——与经济全球化相结合、独立自主、有中国特色的和平崛起新道路。

<<山寨来了>>

媒体关注与评论

山寨文化的泛滥与其说是对草根创新精神的标榜和昭彰，不如说是对中国知识产权意识严重缺位的裸露与讽刺。

——易凯资本首席执行官 王 冉山寨文化是以极低的成本模仿主流品牌产品的外观或功能，并加以创新，最终在外观、功能、价格等方面全面超越这个产品的一种现象。

它的衍生物，将打破手机的束缚，而扩展到数码相机、鼠标、键盘等方面，它的副产品同样可以在相关行业引发结构性震荡。

这是师夷长技以制夷的炮火，这是学比赶超的来福枪，山寨文化在抄袭与超越的羊肠小道上一路狂奔，握紧了低成本高回报的福祉之后，它摧枯拉朽的震撼力与病毒营销的感染力，彻底颠覆了传统的行业潜规则，建立了以山寨文化为基础的价值序列。

——《电脑报》山寨文化是个好现象，群众基础厚，市场前景广，但需要精心呵护，才可茁壮成长；需要道德自律，才能良性健康发展；更需要相关制度跟进约束、规范，才会长久繁荣。

——《光明日报》山寨的模仿甚至盗版或许能够在一时赢得喝彩，但从可持续发展来看，拥有独特的个性才能在市场上立于不败之地。

从“中国制造”到“中国创造”，从“世界工厂”到“中国研发”，从知识产权保护到综合国力的提高，中国才能真正赢得世界的喝彩。

——网友论山寨

<<山寨来了>>

编辑推荐

《山寨来了》由机械工业出版社出版。
国产品牌在山寨的冲击下陷入困境，它们能否狼性回归？

<<山寨来了>>

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:<http://www.tushu007.com>