<<蒙牛内幕>>

图书基本信息

书名:<<蒙牛内幕>>

13位ISBN编号: 9787301091753

10位ISBN编号:7301091753

出版时间:2006-8

出版时间:北京大学出版社

作者:张治国

页数:338

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

<<蒙牛内幕>>

内容概要

《蒙牛内幕》从蒙牛发展历程、蒙牛经营模式、蒙牛文化等方面着手,全方位透视蒙牛跌宕起伏、高潮迭起的成长轨迹,并力图提炼出对众多经营管理者乃至一般人有所启示的普遍规律: 第一部分为"蒙牛现象",颇为详尽地勾勒了蒙牛的发展历程,既生动展现了蒙牛人的创业精神,也披露了大量鲜为人知的内幕,可读性极强; 第二部分归纳总结了蒙牛经营模式,详细阐述了成就蒙牛今日辉煌的25个法则,无一不是管理者可资借鉴的金科玉律; 第三部分阐释了蒙牛文化,明确提出了"文化是第二生产力"的思想,值得中国企业管理者深思。

<<蒙牛内幕>>

作者简介

张治国,历任蒙牛集团新闻部长、企划中心副主任、总裁新闻助理,现任蒙牛集团董事长助理。 做过记者,曾任总编辑助理,长篇通讯《百万家产换绿洲》获全国商报好新闻一等奖,发表中国 经济人文评论100余篇:搞过企业文化,主笔的《"文化大营销"催生"成长冠军"》被评为"中国十 大杰出营销案例"之一;做过营销策划,是航天员专用牛奶事件营销主策划人之一,主笔的《航天员 专用牛奶告知行动》在第二届中国策划大会上获金奖。

笔名国夫。

所著畅销书《蒙牛内幕》(张治国著,孙先红策划)被誉为企业界的"史记",在各大畅销书排行榜上长期位列企业类图书第一名,被中国书刊发行业协会评为"2006年度全行业优秀畅销品种"(社科类),并获中国大学出版社协会颁发的"优秀畅销书"奖。

2006年5月,《第一财经》盘点"2005十本优秀财经书籍",《蒙牛内幕》与《旁观者》(彼得·德鲁克著)、《蓝海战略》(W·钱·金著)、《水平营销》(菲利普·科特勒著)荣列前四位。2007年1月,在八大中国门户网站联合协办的有关评选中,《蒙牛内幕》被评为"2006年度十大人气财经图书"之一。

<<蒙牛内幕>>

书籍目录

第三版前言第二版感言作者序"两只半眼睛"看蒙牛石滋宜序蒙牛:"心"的经宫郭振玺序"金身"牛根生编者引言 瞧,这个人引论 "蒙牛速度",中国企业的一面旗帜一、"草原旋风"二、5年增长200倍三、十项全能创"全国纪录"四、牛氏定理:"0—1— "五、飞船定律第一编蒙牛现象序幕 牛根生VS郑俊怀——两位巨人鲜为人知的内战一、狮子与羚羊的故事二、从洗瓶工到副总裁三、两个巨人的较量四、弃"明"投"暗"五、中国乳界最硬的几颗脑袋六、郑债牛还七、"一分为二"与"一分为三"八、实践是最大的培训九、雪中送炭第一章 盘古开天——蒙牛创世"三板斧"一、炼金术之一:起名的哲学二、炼金术之二:先建市场,后建工厂三、炼金术之三:产品质量的好坏等于人格品行的好坏四、第一板斧:展翅鹏城,"蒙牛砖牛奶"六千里跃进五、第二板斧:问鼎北京,"蒙牛大冰砖"旗开得胜六、第三板斧:逐鹿上海,"蒙牛枕牛奶"网上飞奔第二章 两龙斗法——牛犊在老虎脚下生存的秘密一、借势升云:创内蒙古乳业第二品牌二、避强示弱:蒙牛收奶"三不干"三、统一战线:为内蒙古喝彩·中国乳都四、鹤立鸡群:给我个理由选择你五、暗箭难防:遭遇假新闻诽谤六、赤身肉搏:营销4P的多重较量……

<<蒙牛内幕>>

章节摘录

...点数,跟谁关系好就给谁,蒙牛应看能力而不是感情用人。

这样指名道姓,不怕打击报复吗?

不怕。

2007年12月7日,在第四次"客户之声"汇报会上,杨文俊承诺:"对于客户普遍存在的顾虑,我以总 裁的名义承诺,明年,如果谁对说了真话的客户进行打击报复,那就解聘!

" 凡是"客户之声"提出的问题,都要一一向客户作出回答;"客户之声"最终被"条条分割"至各子系统,采取"达成共识——群策群力——行动承诺——透明互动"的"四步法",使其成为各系统自我完善的"引线"。

杨文俊继续说:"一方面,我们自己不说谁行谁不行,行与不行,由客户说了算;另一方面,我们一定要明白,我们能不能赢,由客户说了算!

既然赢与不赢"根在客户",那么,"客户之声"就成为企业不能不听的"指南之音"。

【备忘录】老板生活在"孤岛"上——些时候,老板是信息最全的人;而另一些时候,老板又是信息最偏的人。

好消息一般会追着老板走,坏消息一般会绕着老板走。

这里所谓"老板",既包括企业最高领导,也包括部门负责人。

有一次公司开生产经营例会,国夫听说了一件不可思议的事:一位本部经理的车"泊位"不佳, 挡住了其他车辆的进出通道;他的部下要出车,居然不敢将"挪车之求"直接向这位经理陈明,而是 通过第三方"转陈"(并言明不敢直接和经理说)。

还有一次,一位在其他单位从事秘书工作的朋友向我请教,说公司正在操作一个大项目,老板派 他去协助,但他无意中发现项目负责人有一起舞弊行为,"我是否应该向我的老板汇报?

我如果汇报了,这不等于把×××给卖了吗?

"我听了心里感到好笑:你到底选择和公司做同盟,还是选择与舞弊者做同盟?

你到底选 择出卖公司,还是选择"出卖"舞弊者?

对于你的老板来说,如果连你这个贴身秘书都是靠不住的,请问他还能依靠谁?

——但我心里这么数落,嘴上却没有这么尖刻:"如果是我,我会告诉老板的,因为这关系到下一步的决策,压住不报有可能会带来更大的损失。

" 我们还会不止一次地碰到这种情况:领导在会上讲了一个方案,大家集体通过;但会议一结束 ,就会有人私下表达某种忧虑。

这种"会上不说,会后乱说"的行为,其缘由多数时候并非源于毛泽东所说的"自由主义",而是源于另一种主义——"胆怯主义",会上不敢说。

对于多数人来说,顺着上级说话犹恐不及,干吗要逆着上级顶牛呢?

" 为尊者讳 " 是中华民族几千年的文化传统。

在这种文化大背景下,如果位卑者当众指出位尊者的"不是",就有可能产生一个"取心"问题;不管是位尊者还是位卑者,只要有一个人"取心",就会出现"照镜子效应":你笑他("镜子")也笑,你哭他也哭,你不尴不尬他也不尴不尬——几个回合折腾下来,双方关系就有可能每况愈下了。

外国的月亮其实也并不比中国的圆。

大家还记得契诃夫的小说《小官员之死》吧?

写的是一个小官员在看戏时,不小心给前排就座的将军的脖子上溅了点喷嚏沫。

本来将军不以为意,但小官员却"取心"了,为此胆战心惊,一再向将军道歉;起初将军还礼貌回敬,最后由于被扰得看不成戏,不由暴怒;这下更引发了小官员的极度恐慌……终而致死。

害怕言语不当,害怕得罪上级,积极报喜消极报忧,这是所有员工的共同心理。

所以,身居高位的人其实是生活在一座"孤岛"上。

如果不勤于调查研究,不善于开辟信息通道,那么,"变形信息"就会像海水一样包围住你——耳朵所听到的往往是消音器滤过的枪声,眼睛所看到的往往是陷阱上浮铺的玫瑰,鼻子所闻到的往往是毒蘑菇发出的芳香…… 必须时刻警惕自己的"盲点"!

<<蒙牛内幕>>

 老牛感言:要通过"扫盲"防止"自己打倒自己" 2003年末,牛根生在客户大会上的讲话中 曾说: 企业大了,人与人见面的机会就少了。

刚开始时,我跟客户一个人见一面也不难;但发展到今天,就连与全国三十多个分公司的负责人见一 轮面也变得很难。

这就是相声中所说的:"你忙我也忙,难免看不见。

"看不见怎么办?

我希望今后我们大家能够在网上沟通,"理"上"网"来。

无论是谁, 跑得再快, 也跑不出这个网, 跑到地球对面也跑不出这个网。

过去用"枪杆子"打天下,今后要用"笔杆子"治天下了。

2006年,牛根生在客户大会上再次感慨: 这次参加客户大会,有很多的新客户,95%的客户 我不认识。

告诉大家,现在世界上任何一个地区、机构要想打倒蒙牛不太可能,但是如果自己打倒自己可能性极大,尤其是内部的机制。

企业一旦大了,大企业病或多或少在所难免,包括我们在座的经销商,很多人在做小生意时非常不错 ,一旦大了,问题就来了。

为什么呢?

关键是自己看不全、瞅不清了。

这就要靠机制和制度来"扫盲"。

国夫醒语:"肉食者"要明,"素食者"也要明 "全盲定律"所警示的可不仅仅是决策者要明,而是执行者也要明——双明! 全明!

虽然这世界"先知先觉"的永远只是少数人,但执行却是要由多数人来完成的,所以,"全明" 非常重要。

一种情况,先知先觉的是"肉食者",那么,他必须让"素食者"由"盲"转"明"——他让大家心服、口服、手服、脚服的历程就是决策民主化的过程;要是底下人不理解、不配合、不努力,即使是个100%的完美主意,执行起来也会100%地走样。

另一种情况,先知先觉的是"素食者",那么,必须有路径保障他的声音直达决策中枢,使"肉食者"由"盲"转"明",否则,就将酿成一场灾难。

<<蒙牛内幕>>

媒体关注与评论

首次全面揭开蒙牛高速成长之谜,张瑞敏、石滋宜、郭振玺、金碚、刘东华联袂推荐! 蒙牛极速成长的奇迹,在传统工业来说,可以用空前绝后来形容。

它正在创造中华民族的崭新历史,在世界上树立起中国企业的崭新形象……我认为,本书向读者展现了生命的意义,激励人们积极创造价值,让自己的人生更愉快。

故我乐意推荐本书给所有愿意向上的人,也期盼中华民族涌现更多卓越的企业家。

——石滋宜(经营管理大师、全球华人竞争力基金会董事长) 这么多年,看到太多企业的起起伏伏、生生死死,真所谓"其兴也浡焉,其亡也忽焉"。

所以,我一般不评判年轻的企业。

但蒙牛是个例外。

看了这本《蒙牛内幕》,我似乎看到了企业跳出"周期律"的路径:人品永远走在产品的前面,软件永远走在硬件的前面,文化永远走在钙化的前面。

——金碚(著名经济学家、《中国经营报》社社长) 原来我一直想提醒人们的一件事是,狮子就是狮子,再善良的狮子也得吃肉,也不可能靠吃草活着。

但随着对牛根生、对蒙牛了解的加深,我似乎有些犹疑:牛根生不就是一头吃草的雄狮吗?

蒙牛不就是这头雄狮治下,迅猛扩张、企图雄霸天下的王国吗?

吃草是假象,是它独特的天性,还是基因突变的结果?

如果细细寻觅,大家也许能从本书里找到某种答案。

——刘东华(《中国企业家》杂志社社长) 蒙牛做得非常好。

牛根生做得非常好。

《蒙牛内幕》第一次向人揭示了蒙牛成长的历程。

从中不仅能够透视到蒙牛的"根与梢",甚至能透视到中国乳业的"形与神"。

这本书的许多章节,不是就企业写企业,而是就"圈子"写企业,写出了关系,写出了竞争,写出了 一阴一阳之谓道……读了这本书,你一定会在字里行间找到自己的灵感。

——郭振玺(中央电视台经济频道总监)

<<蒙牛内幕>>

编辑推荐

从零起步,6年增长292倍,一跃成为中国成长企业百强之冠!

只有六七岁的蒙牛,经受了太多的磨难,创造了太多的光荣!

大幕之后的蒙牛,到底是个什么样子?

无疑,"蒙牛现象"已经成了众多企业家、经理人、学者、媒体、消费者乃至好事者关注的焦点。 《蒙牛内幕》两位作者均为蒙牛管理团队核心成员。

作为蒙牛成长的见证者,他们深感有责任揭开蒙牛大幕,对蒙牛的成败得失作一次彻底的总结梳理, 使之由模糊变清晰,由混沌变透明。

本书是一部创业传奇,一部企业史诗,还是一部以道取胜、术法赅备的管理经典?

可以肯定的是:这是一部令心灵激荡、头脑振荡的力作!

<<蒙牛内幕>>

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