

<<老字号商法>>

图书基本信息

书名：<<老字号商法>>

13位ISBN编号：9787806326305

10位ISBN编号：7806326308

出版时间：2000-01

出版时间：广东经济出版社

作者：陈志平

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>

<<老字号商法>>

内容概要

《老字号商法》分中国老字号商经大观、中国老字号的再造与新生、中国老字号典例解析三篇。包括：老字号的立足基点、老字号的经营特色、老字号的企业精神、再造与新生之路、老字号的企业模式、老字号的劳资关系概说等32章。

<<老字号商法>>

书籍目录

目录

上篇 中国老字号商经大观

第1章 老字号的立足基点

请关注我们的老字号

老字号是最地道的“国粹”

追求无与伦比的亲和力

深层次地理解与把握顾客需要

第2章 老字号的经营特色

实实在在地经营

视员工教育为生命线

以质量竭力维护企业信誉

优质低价 薄利多销

精打细算，精明过人

积极吸取外来先进经验

第3章 老字号的政治意识

东来顺的政治头脑

亦官亦商 名利双收

留心政情，捕捉商机

官商合一的红顶商人

南恒顺为什么叫“一条龙”

第4章 老字号的宣传策略

在商标上大作文章

分门别类的广告仿单

围魏救赵的宣传方式

巧妙利用“名人效应”

借尸还魂和免费赠送

移花接木 弄假成真

第5章 老字号的企业模式

父业子承的家族式

家族式老字号的典范

避免争权夺利坐享其成的股份式

合伙式老字号弊端不少

混合式老字号

委托经营式老字号

从不自觉到自觉地演变

第6章 老字号的劳资关系

叶开泰怎样协调劳资关系

雷允上的劳资模式

员工录用办法

员工的福利问题

第7章 老字号的质量观念

亨达利利他又利己

同升和豁出三年不赚钱

敬修堂的质量祖训

叶开泰的质量措施

<<老字号商法>>

第8章 老字号的长盛因由

无法替代的特色产品
得天独厚的地理环境
卓越超凡的领导能力
志存高远的企业典章
永续经营的企业理念
不断开拓 努力创新

第9章 老字号落伍的缘故

一种历史的必然趋势
从老字号到无字号
并非危言耸听的事实
最珍贵的是那背后的无形资产
风雨飘摇原因何在
怎样拯救老字号

第10章 老字号的企业精神

人道主义是立业的根本
扶危济困的社会责任心
令人肃然起敬的爱国主义精神
中篇 中国老字号的再造与新生

第11章 再造与新生之路概说

从“九芝堂”的困惑说开去
进退维谷 别无选择
重新审视自我

调整心态 重新定位

第12章 云南白药的强者之路

百年不衰的云南白药
内联外合走出困境
利用名牌效应 实施资本运营
依托科技实现自我更新
全面推行质量管理
云南白药的成功经验

面对新世纪的思索

云南白药的未来之路

第13章 国酒茅台的阵痛与新生

从一段佳话说起

“国酒”茅台的历史由来

在竞争中不断成长

历史的遗恨和现实的阵痛

攻克痼疾喜新生

茅台酒喜获新生的启示

第14章 从失败者身上吸取教训

前车之辙 后车之鉴

曾经有过的辉煌

导致衰败的真正原因

临死之前的回光返照

第15章 有助于再生的外来经验

学习 学习 再学习

<<老字号商法>>

人本主义的企业哲学
极为重视员工的品质
富有人性的“雀巢精神”
对企业员工负责到底的社会责任
十分独特的企业用人之道
拯救雀巢的妙法良方
第16章 百年企业的再生典范
百年青啤的辉煌与尴尬
全面注入市场经济意识
生产围着市场转
从“两伊战争”说开去
出手不凡的营销策略
第17章 在死亡与新生之间抉择
曾经是时代的宠儿
谨慎之中的致命失误
越来越模糊的市场定位
同病相怜的西尔斯
西尔斯公司是怎样再生的
关于生死的一点思考
下篇 中国老字号典例解析
第18章 哈尔滨同记怎样与众不同
哈尔滨历史最久的百货商店
“拿来主义”的经营手法
无本也赚钱的策略
在物价管理上突出“活”字
实施商品垄断策略
商店工厂联为一体
花样翻新的招徕术
以人为本的企业精神
同记的经商理财之道
第19章 百年张裕的品牌战略
商战的主题是品牌
永不知足的追求
顺应时势不断创新
居安思危细心呵护
宣传的重心定位准确
硬件软件双管齐下
第20章 妙手回春的回春药店
逢凶化吉的好招牌
独树一帜的发展道路
几度兴盛，几度衰败
回春药店的业务特点
诚实无欺的经营作风
第21章 善于后来居上的陶陶居
借“康老师”的头来摇
别具一格的宣传手段
大搞文化营销

<<老字号商法>>

沉寂时期损失不少

易地开业东山再起

茶楼行业的佼佼者

经营技术独树一帜

第22章 生机勃勃的永安公司

永安公司简况

搜罗最有特色的商品

别出心裁的融资手段

灵活多样的售货方式

因时而异的价格策略

永远不准得罪顾客

第23章 商业劲旅宝元通

正式确定企业牌号

经营史上的重大突破

励志成为全国一流

毅然走上革命道路

严密灵通的市场情报组织

廉价招远客的经营宗旨

以服务质量拓展销售源泉

自下而上的采购方式

调运商品以快求胜

产销结合所向披靡

盘活资金很有办法

极端重视商业信誉

第24章 以正胜邪的同仁堂

宁波人的骄傲

富有刺激性的分配制度

树大招风，惹人忌恨

同仁堂巧妙识破真相

化害为利宣传自己

再次遭人冒名影射

几番较量后金字招牌更响亮

第25章 李占记技术独特吃遍天下

艺精信诚誉满省港

只有李占记才敢接敢修

谦逊有加的经营作风

为了信誉不计成本

以技立业 永不衰败

第26章 特色满园的豫园商场

豫园商场的历史沿革

专营各种小商品

特需商品最具特色

专业特色十分突出

强劲有力的管理措施

奇特的宣传促销手法

第27章 效法西方商业的先施公司

名噪一时的现代商业大家

<<老字号商法>>

当机立断注册先施公司
随机应变摆脱困境
极有针对性的进货原则
簿记工作务求精确
建立24小时送货制度
殷勤有加的接待制度
第28章 合作典范陈李济
药店牌号寓意深远
倾力追求产品信誉
工艺独特技术精湛
功效超凡价格昂贵
第29章 善变求胜的内联升
机遇来自市场空缺
目光瞄准有钱人
实惠的东西也赚钱
顺应时势转变业务
赖以致胜的根本
有针对性地组织生产
经营管理上的特点
第30章 眼药大王马应龙
眼药大王的滥觞时期
雄心勃勃的开拓者
推广路上几多艰辛
全力开拓南方市场
绝对严格的传统工艺规范
处方保密防止仿冒
富有人情味的用工制度
产销制度灵活而严格
品质独特竞争力强
第31章 善于迎合的寿全斋
数一数二的老字号
由独资改为股份制
善于迎合大姓望族
筹集资金的绝妙方法
出神入化的促销招式
花钱极少的促销花会
善于笼络的用人制度
备货选料务求纯正
储运务求“三不一全”
加工技术道道精碎
接方撮药认真细致
第32章 莫道女儿不当家
祖方传女不传男
易地重开“雷辣婆”
与众不同的投资策略
将现代气息注入老字号
守业与创新合二为一

<<老字号商法>>

附录一 中国老字号掌故摘要
胡雪岩为什么要开药店
帽店前边为什么摆个黑猴儿
为什么六必居不用三爷
饺子店为什么等女人睡熟后才干活
熏肉大饼是怎样制作出来的
都一处烧麦馆的三件宝是什么
附录二 中国老字号名品小考
制笔圣手“老周虎臣”
坚持特色的砂锅居
剪子大王张小泉
食蛇先驱“蛇仔满”
“扇子大王”杭州王星记
最早利用外资的中国实业家
善于革新的安泰堂
全聚德，中国第一烤鸭店
曹素功墨庄与“唐墨”
长沙火宫殿臭豆腐溯源
回春药店的周公百岁酒
六必居的历史问题

<<老字号商法>>

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>