

<<农村企业致富经>>

图书基本信息

书名：<<农村企业致富经>>

13位ISBN编号：9787202051450

10位ISBN编号：7202051451

出版时间：2009-02-01

出版时间：河北人民出版社

作者：姜文虎，于树胜 著

页数：102

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>

<<农村企业致富经>>

内容概要

《新农村致富故事丛书：农村企业致富经》精选了部分典型故事，重点介绍了企业在创业、发展过程中的人才与技术、品牌与企业文化建设、集约化与规模化、企业经营管理制度和融资等方面的经验，以期为广大读者提供一些有益的启迪和借鉴。

<<农村企业致富经>>

书籍目录

“谭木匠”成功有多少秘密？

农家女的创富奇迹好强的农民儿小秸秆编织大生意我的“天价”马扎很抢手超市开到农村去“阳光”赚大钱“玉兔”自田野中来好梦从这里开始品牌兴农见成效傍石头山，念石头经山区农村奔小康冬天的春天名家风范东风第一枝太星小康路亚龙模式“草畜乳一体化”圆了农民致富梦构筑绿色林果大产业“农夫”的智慧从乡镇企业到龙头企业从八台缝纫机起家的羽绒服霸主

<<农村企业致富经>>

章节摘录

作为村办企业，玉兔集团98%的工人来自本村。

建厂初期黄厂长便意识到，如果没有严格的管理，没有健全的规章制度约束，大家都是乡里乡亲的，顾了情面便无法管理。

他们坚持两个文明一齐抓，两个效果一齐要，将竞争机制、风险机制引入生产和营销，将工作质量、效益与个人利益直接挂钩。

十多年来，“玉兔”人制定了一系列规章制度，无论大事小事，全部由制度约束，并真正做到制度面前人人平等。

用黄总的话说：“就是黄帝老子，到了厂里也要守纪律。

”有人说：“好的产品不做广告，犹如锦衣夜行。

”对此，玉兔集团深有体会。

建厂初期，尽管他们的产品一点也不比别人差，可就是不好卖，销售员信誓旦旦地喊破了嗓子，磨破了嘴皮子，人们却还是将信将疑。

后来，他们尝试着做起了广告，效果还真不错。

“玉兔”的广告语“月宫嫦娥美，人间玉兔香”，和妇孺皆知的民间故事巧妙地联系在一起，易记易读，给人以美的遐想。

消费者对玉兔开始有印象了，销售量开始增加--黄总深有感触地说：“做不做广告就是不一样，虽说好酒不怕巷子深，可起码得让人知道巷子在哪儿，香的是什么酒。

”成功的广告宣传，可靠的质量，将“玉兔”牌系列产品推向了市场。

为了维护“玉兔”的形象，保护自己的商标专用权，玉兔集团与工商部门联手，打假保名牌。

工商部门根据玉兔集团提供的线索，对制假者予以了严厉打击。

为了更好地保护自己合法权益，1996年他们在工商部门指导下，申请注册了“月兔”、“白兔”、“兔银”等5项防御商标。

.....

<<农村企业致富经>>

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>