

<<娃哈哈密码>>

图书基本信息

书名：<<娃哈哈密码>>

13位ISBN编号：9787301094525

10位ISBN编号：7301094523

出版时间：2005-9

出版时间：北京大学出版社

作者：尚阳

页数：215

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>

## <<娃哈哈密码>>

### 内容概要

娃哈哈从3个人借款14万元的校办经营部、神奇般地快速发展为中国50强企业，中国饮料行业10强之首，能够在与世界著名品牌可口可乐的对抗中立于不败之地，这的成功绝非偶然。

本书详细描述了娃哈哈是如何借势发展，并在竞争中适应市场需要而不断改进、创新获得竞争优势的。

本书以独特的视角，从大量的娃哈哈现象中提炼出其核心的成功秘诀和管理方法；此外，本书大量收录了其创始人宗庆后关于具体经营工人和的讲话和思想，能让读者从原汁原味的、珍贵的第一手资料中去研究、分析、感悟娃哈哈这个“无定式的宇宙流”的成功精髓。

宗庆后在企业发展战略、企业文化、企业管理、营销管理、创新经营等方面运用了大量独特的方法，这些方法是传统管理方法与现代理念、平民的现实主义与崇高的理想主义的完美结合，它最适合中国的国情，其经验和方法可供广大读者参考和学习。

## &lt;&lt;娃哈哈密码&gt;&gt;

## 作者简介

尚阳，著名分销渠道专家，营销战略专家，浙江大学创新与发展研究中心研究员，杭州尚阳企业管理咨询有限公司总经理，曾任娃哈哈集团市场总督导。

中国生产力学会策划专家委员会专家，WBSA（世界商务策划师），中国发明家协会会员。

曾荣获第三届中国杰出营销人金鼎奖杰出企划经理奖，“中国十大培训师”，首届WBSA商务策划师策划成就奖。

近年来专注于市场营销、品牌规划、网络建设、渠道管理等方面的研究与实践，曾在《销售与市场》、《成功营销》、《中国商贸》、《企业管理》、《中国销传播网》等杂志、网站专栏上发表过文章80余篇，著有《终端运作管理手册》、《中国当代企业竞争方法—当代商理55则》等专著。

陈劲，浙江大学教授，博士生导师，管理工程博士学位。

现任浙江大学创新与发展研究中心副主任，同时兼任浙江大学校长办公室主任助理、浙江大学远程教育学院工商管理专业教学指导委员会主任。

是美国麻省理工学院斯隆管理学院访问学者、英国苏塞克斯大学科技政策研究中心访问研究员，清华大学科学技术与社会中心研究员，西南交通大学、贵州工业大学、福州大学兼职教授。

美国电气与电子工程师学会（IEEE）会员，国际技术管理协会会员，中国科学学与科技政策研究会常务理事，中国系统工程学会系统动力学专业委员会常务理事，中国技术经济研究会理事，浙江省人民政府经济建设咨询委员会委员，浙江省委政策研究室特约研究员，《科研管理》、《系统工程学报》、《中国地质大学学报》、《研究与发展管理》等杂志的编委，以及《International Journal of Manpower》，《R&D Management》的客座编委。

<<娃哈哈密码>>

书籍目录

宗庆后：娃哈哈的6条经验（代序）前言开篇：走进娃哈哈成长战略篇：借势而为求发展 第一章 蓄势：十年一剑 第二章 御势：势在必行 第三章 造势：“事”在人为 第四章 借势：热不可挡 第五章 乘势：势如破竹营销战略篇：一“网”打尽利和益 第六章 市场战略 第七章 营销攻势 第八章 推进策略 第九章 网络制胜 第十章 创新营销运营战略篇：传统与现代的完美结合 第十一章 人烟稀少的大公司 第十二章 秀外慧中就要组织变革 第十三章 娃哈哈的经营理念 第十四章 传统方法与现代技术相结合 第十五章 民主管理与高度集权相结合 第十六章 理性管理与感性管理相结合 第十七章 简单有效与实用主义的管理方法文化战略篇：周公吐哺，天下归心 第十八章 “小百姓”与“大理想” 第十九章 义利之辨：激励与奖励 第二十章 蓄财与蓄才 第二十一章 “家长制”与大家庭的企业氛围创新战略篇：自我否定，追求完美 第二十二章 创新理念与务实精神 第二十三章 品牌战略 第二十四章 以变应变 第二十五章 以不变应万变 第二十六章 自我否定，自我超越附录：宗氏秘踪拳十八式

## <<娃哈哈密码>>

### 媒体关注与评论

书评娃哈哈是中国企业成功的典范，娃哈哈的成功是中国本土文化与市场经济有机结合的成功。

——《世界商业评论》 尽管这个品牌没有多少贵族气息，但她却凭借其淳朴的秉性、平实的价格运作，笃定地坚持着自己单一的品牌路径，坚守健康、大众化、高品质的一贯品牌特性。

而这也正是娃哈哈品牌的成功之处。

——潘承烈 中国企业联合会副理理长 管理学教授 对品牌的追求，在大多数人的心中构筑起安全感，也许是“娃哈哈”品牌长盛不衰的根源，造就了“几无国人未买单”的传奇。

——新华网 “娃哈哈”是国人认知度最高的品牌之一，也是成功地与狼共舞的少数优秀企业之一。

娃哈哈集团在独创“宗氏兵法”的宗庆后的领导下，创造出成功的成长模式和营销模式。

——《销售与市场》

<<娃哈哈密码>>

编辑推荐

娃哈哈是中国企业成功的典范，娃哈哈的成功是中国本土文化与市场经济有机结合的成功。

——《世界商业评论》 尽管这个品牌没有多少贵族气息，但她却凭借其淳朴的秉性、平实的价格运作，笃定地坚持着自己单一的品牌路径，坚守健康、大众化、高品质的一贯品牌特性。而这也正是娃哈哈品牌的成功之处。

——潘承烈 中国企业联合会副理理长 管理学教授 对品牌的追求，在大多数人的心中构筑起安全感，也许是“娃哈哈”品牌长盛不衰的根源，造就了“几无国人未买单”的传奇。

——新华网 “娃哈哈”是国人认知度最高的品牌之一，也是成功地与狼共舞的少数优秀企业之一。

娃哈哈集团在独创“宗氏兵法”的宗庆后的领导下，创造出成功的成长模式和营销模式。

——《销售与市场》

<<娃哈哈密码>>

#### 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>