

<<娃哈哈攻略>>

图书基本信息

书名：<<娃哈哈攻略>>

13位ISBN编号：9787500848394

10位ISBN编号：7500848390

出版时间：2011-1

出版时间：中国工人

作者：鸿敏

页数：280

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>

<<娃哈哈攻略>>

前言

站在一种高度上来看娃哈哈2010年10月28日，2010年福布斯富豪榜发布，娃哈哈集团宗庆后家族在成为胡润百富榜首富之后，再次登上福布斯富豪榜首富宝座，宗庆后成为名副其实的“双料首富”。宗庆后和他所创办的娃哈哈，已成为中国饮料业乃至中国经济活动中的“强势力量”。

娃哈哈算不算一个奇迹？

很多人对于娃哈哈的了解，来自于娃哈哈的产品，因为在中国任何一个最角落的鸡毛小店，你都可能发现娃哈哈的产品。

很多人理解的娃哈哈领导人宗庆后，是一个带有神秘色彩的神话人物。

关于娃哈哈的书，已经出了不少。

本书不是一本纯学术上的理论分析之作，而是一部试图从多方面展示娃哈哈全貌和真相的材料、观点集大成之作。

可口可乐前总裁杜达夫曾说过：将来可口可乐在中国唯一的对手可能是来自娃哈哈的挑战。

宗庆后运筹娃哈哈的方法被人们称为“宗式兵法”，而娃哈哈的企业运作模式又被人们称为“娃哈哈模式”。

“娃哈哈模式”在一个神话破灭的时代创造了一个企业崛起的新神话，其核心的价值理念和企业方法，是了解中国市场现状的一把钥匙。

站在思想者的角度看娃哈哈，看宗庆后，你就会获得更多对于中国市场和中国企业的感悟，而作为一个中国市场中的参与者，宗庆后以及他所带领的娃哈哈，是站在跨国公司同一个台阶上，用中国的和世界上的眼光来看待自己以及自己的竞争对手。

一个能和可口可乐较量的企业，一定有它的独到之处和别人所没发现的秘密。

我所能提供给读者的，是娃哈哈模式背后的方法、过程等，真正的秘密，也许只有亲历者才能有资格说出。

本书在写作过程中，作者曾与娃哈哈有关人员进行了接触。

几乎所有娃哈哈人对自己的企业都有着一种天然的自信：“娃哈哈的东西别人永远学不了。”

别人学不了的东西实际上就是一个企业真正的核心竞争力，在这一点上，娃哈哈无疑是中国饮料业最具竞争力的企业之一。

让我们期待娃哈哈带来更多的惊喜，创造更多的奇迹。

<<娃哈哈攻略>>

内容概要

1. 娃哈哈宗旨：娃哈哈健康你我他欢乐千万家 2. 娃哈哈精神：励精图治艰苦奋斗勇于开拓自强不息 3. 娃哈哈经营哲学：凝聚小家发展大家报效国家 4. 娃哈哈座右铭：先将诚信施于人才能取信于人 5. 娃哈哈工作要求：认真严格主动高效 6. 娃哈哈行为准则：忠诚创新负责亲情 7. 娃哈哈工作作风：拉得出打得响过得硬 8. 娃哈哈人才观：唯德唯才有用即才人皆为才 9. 娃哈哈团队意识：道相同心相通力相聚情相融 10. 娃哈哈核心价值观： 敬业爱岗能上能下崇尚科学精益求精

<<娃哈哈攻略>>

书籍目录

第一章 舍我其谁——论宗庆后的企业家精神草根浙商/1我是企业家/4娃哈哈红旗/15企业禅/19做事先做人/22企业家行为决定企业能走多远/30第二章 得通路者得天下——论娃哈哈营销网络做市场就是编网/35联销天下/39蜘蛛战役/46营销协调/49把简单的东西变成习惯/53通路为王/55终端是营销实现的关键/59通路升级/66第三章 与高手下棋——论娃哈哈的竞争对手观营销消耗战/75博弈之道/89与高手下棋/97第四章 宗氏兵法(之一)——论娃哈哈营销攻略先吃肉后啃骨头/112有效的空中轰炸/116广告明星策略/122立体作战/124弹钢琴/127长蛇阵/129第五章 宗氏兵法(之二)——论娃哈哈品牌实用主义零距离/132感觉有了,一切都好办/137品牌营销策略之一:跟进策略/140品牌营销策略之二:抢先法则/144品牌营销策略之三:“上台阶”和“抄后路”/151第六章 大道至简——论娃哈哈竞争战略小步快跑/158布局:先取势,后取利/164合资不合牌/169与狼共舞/174以变制变/184避开同质化/188速度为王/191国际化/196童装之辩/202多元化一定要搞/209第七章 把最擅长的做到最好——论娃哈哈系统效率通路是一个哲学问题/218市场决定一切/222组织革命/224系统效率/230最合适的就是最好的/232第八章 有为与无为——论宗庆后的管理艺术娃哈哈大家庭/238强势领导/242拉得出,打得响。过得硬/247管理三阶段/251第九章 明日之后——论娃哈哈战略转折点学会长大/258新思维/264后宗庆后时代/269优秀企业是“炼”出来的/273中国的,世界的/276

<<娃哈哈攻略>>

章节摘录

仔细盘点一下，几乎在中国经济改革进程的每一步，都可以听到、看到浙商的声音或脚步。从第一张个体营业执照到第一家自然人控股的上市公司；从我国第一家具有进出口经营权的私营流通企业到首家民营企业在香港上市；从最早的私营企业到全国第一的私企党建；从第一家股份公司设立到冯根生难题的破解，都是浙商开风气之先。

浙江早期的私营企业通常是以“乡镇企业”的形式出现的。第一代浙江商人的代表应该算浙江万向集团董事局主席鲁冠球、中国(杭州)青春宝集团董事长冯根生和当年的改革先锋人物浙江省海盐县衬衫总厂厂长步鑫生等人。目前在浙江占主导地位的大多出生于60年代初，他们中的大多数仍靠制造业起家。如正泰集团的南存辉(低压电器)、传化集团的徐冠巨(化工产品)、华立集团的汪立成(电能表)和中国飞跃集团董事长邱继宝(缝纫机)等。

这批人抓住了1992年邓小平南巡讲话之后的开放机遇，在自己擅长的传统领域里成功崛起。更重要的是，在发现产品越卖越多，但收入增长却相对缓慢、利润比以前更难取得的矛盾时，他们中的不少人勇于开拓全新的业务。如汪立成大胆介入CDMA核心技术(借此当选《财富》中文版2001年度中国商人)、吉利集团的李书福投资轿车生产等。

当然，除了制造业之外，浙江商人在最时髦的信息产业上也同样不甘落后于人：曾经的胡润版中国富豪排行榜第一名丁磊，就是浙江人，他以经营网易而出名；阿里巴巴创办人马云，曾获选《财富》杂志封面人物，成为50年来中国企业家的第一人；而有着广泛业内影响力的联想集团的杨元庆同样为浙江人；同样作为浙江人，uT斯达康的吴鹰作为海归派的代表在电信业的成就，上海复星的郭广昌作为最年轻的受过高等教育的企业家，都为浙商抹上一笔光彩。

不仅仅在北京、上海等大城市，从通都大邑到穷乡僻壤，甚至在欧陆各国城市，到处都有操浙江口音的投资者和生意人。在各地的“浙江村”、“温州路”、“义乌街”，很难听不懂的“浙江话”成了各地的本土语言。仅在西部省份，就有300万浙商在“你发展，我发财”。

在浙江，90%的企业精英出身非常低微，创业初期的文化程度大多是初、高中水平。因此很多人称浙商为“草根”浙商，不少经济学家把浙江现象比喻为“草根”经济，“一有土壤就发芽，一有阳光就灿烂”。

相比起改革开放初期创业的鲁冠球(万向集团)、南存辉(正泰集团)、胡成中(德力西集团)等人，当42岁的宗庆后1987年还在拉着“黄鱼车”奔走在杭州街头推销冰棒的时候，他怎么也不会想到，十多年之后，由他一手缔造的娃哈哈集团会成为中国最大的饮料企业。

宗庆后1945年出身于一个世家，为南宋名臣宗泽之后。祖父曾为一“东北王”张作霖理过财，并担任过河南省的代省长。到他父亲一代因世事更迭家道突然中落，然而仍然维持着子弟风范，这便是以后的宗庆后不时散发出高贵、自负的气质之因缘。

因为“文革”只好远行谋生，到舟山去填海滩。一车砖头来回接近30里，只得到一角五分钱的一份夜餐。15年荒芜岁月，便只为“生存”两字苦苦挣扎。那个时候，生活在社会的最底层，一切都为稻粱谋。这也是我到现在为止，看到三轮车上坡时，还会情不自禁地下车帮忙推一下的缘故。

1979年，对于34岁的宗庆后来说是时来运转——顶替母亲回到杭州，但由于文化程度太低，当不了教师，他被安排到校办企业，每天也只得拉着“黄鱼车”一个学校一个学校地推销课本，卖雪糕。命运似乎注定他与众不同，如果你给他一个翻身的机会，他会把所有的一切都毫无顾虑地押上，与你豪赌。

他就是这种人，也只有这种人，会明白“机遇”意味着什么！回顾人生青年时代的这15年，宗庆后颇为感慨：。

<<娃哈哈攻略>>

我在农场待了15年，从17岁就进了农场，在农村也是比较闭塞的地方，看起来是虚度光阴了，每天早上起来以后吃饭然后干活，干活吃饭然后睡觉。

应该说这15年，尽管是我人生当中最年轻，最有成长希望的大好时光，看起来好像在农村没有什么作为。

但我感到这15年，对我整个人生道路确实是有很大帮助的，至少这15年艰苦生活的磨炼，使我的斗志更坚强。

同时也能吃得起苦，同时也练就了比较好的身体。

所以为我42岁以后再重新创业，打下了比较雄厚的基础。

这15年我也没有白去。

1987年的4月6日，一纸委任状任命宗庆后为杭州市上城区校办企业经销部经理，这一年，宗庆后42岁

。这个委任状，现在还放在娃哈哈的企业陈列馆里，放在一个非常显眼的位置上，应该说这个委任状对宗庆后来说，意义是非常重大的。

这个委任状应该是我人生的一个转折点，等于说是我们上城区教育局给了我机会。

虽然只是给我任命了一个小小的上城区校办企业经销部的经理头衔。

也就是给了我一个平台，让我能够去施展自己的才能。

姜子牙的出道多少带点神话色彩，而立之年才出道的宗庆后创造了一个“神话破灭时代的神话”，给了许多人勇气，成为大器晚成的典范。

其实，在这人世间有多少人一辈子都碌碌无为啊！

P2-4

<<娃哈哈攻略>>

编辑推荐

《娃哈哈攻略:宗庆后和他的财富帝国》是由中国工人出版社出版发行的，站在思想者的角度看娃哈哈，看宗庆后，你就会获得更多对于中国市场和中国企业的感悟，而作为一个中国市场中的参与者，宗庆后以及他所带领的娃哈哈，是站在跨国公司同一个台阶上，用中国的和世界上的眼光来看待自己以及自己的竞争对手。

一个能和可口可乐较量的企业，一定有它的独到之处和别人所没发现的秘密。

我所能提供给读者的，是娃哈哈模式背后的方法、过程等，真正的秘密，也许只有亲历者才能有资格说出。

别人学不了的东西实际上就是一个企业真正的核心竞争力，在这一点上，娃哈哈无疑是中国饮料业最具竞争力的企业之一。

让我们期待娃哈哈带来更多的惊喜，创造更多的奇迹。

<<娃哈哈攻略>>

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>