

<<三星技术扩张真经>>

图书基本信息

书名：<<三星技术扩张真经>>

13位ISBN编号：9787563915880

10位ISBN编号：7563915885

出版时间：2006-1

出版时间：北京工业大学出版社

作者：余婉贞

页数：241

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>

<<三星技术扩张真经>>

内容概要

10年前，三星电子是一家靠廉价竞争销售低端电子产品的韩国企业，而今天是一家四大主业（半导体、液晶显示、手机、数字家电）均居世界前三位的跨国集团。

10年前，“三星”的市值为35亿美元，它的竞争对手日本“索尼”的市值为184亿美元，而今天“三星”的市值为571亿美元，“索尼”为321亿美元（均匀2003年底数据。

）今天的三星已加入花旗银行、GE的行列，成为了世界上少数几家每年净利润超过100亿美元的超级明显企业。

可以说，“三星”在过去的10年中完成了一次重大的蜕变，从技术跟进、利润低微的韩国“财阀”摇身一变成为世界级的电子业精英，它成功了。

该书付梓意义还在于，至少它可以给读者带来另一种角度再次认识三星电子，得到更多渠道不能得知的内容。

希望《三星技术扩张真经》能起到抛砖引玉的作用。

<<三星技术扩张真经>>

书籍目录

第一章 三星快速崛起的秘密 从“灰姑娘”到令人瞩目的“公主” 在与索尼的“斗争”中成长 成为数字技术时代的领导者 在半导体市场大获全胜 用正确的策略打开市场 在艰难困苦中坚持自己的信念 做好手中的每一项事业 关注企业核心技术的解决 在继承人问题上小心谨慎 他人眼中的三星成功秘诀 《韩国经济新闻》对三星总裁李健熙的采访

第二章 三星善任人才的策略 卓越的企业领导人 时刻牢记危机意识 要做就一定要做第一 善于思考和不断地改变 顶级CEO的领导感悟 勤勉认真的董事长 大胆变革成为韩国首富 “三星人”是一种身份的证明 换个角度看三星的人才 认识到竞争取决于人才的品质 有计划的培训策略 疑人不用，用人不疑 奉行人才第一的原则 注重企业的人才教育 用好国际化人力资源管理策略 科学选拔企业管理人才 三星的独特选人途径 发挥结构调整本部的威力 令人骄傲的“三星人”

第三章 三星员工管理的技巧 妥善解决劳资纠纷的榜样 三星电子的劳资管理方案 阅读“三星字典” 三星电子技术教育体系 坚决制止徇私舞弊 不断完善企业内部控制制度 正确处理好控与被控的问题 出色的薪酬体系设计 正确处理员工加薪的问题 实行薪酬与业绩挂钩 为员工提供有针对性的薪酬项目计划 如何向三星公司学习

第四章 三星信息管理的绝招 解密三星独特的智囊团 极力促成三星信息化的未来策略小组 在信息化阻力中前行的未来策略小组 不断推动三星战略发展的未来策略小组 周密的信息管理系统 并不一帆风顺的信息化之路 三星的知识管理系统 善于合作、共享信息的三星公司 建立一种信念对称的平等合作关系 一流的情报通讯中心 弹性与刚性兼具的库存管理 置之死地而后生的抉择 因为有智囊团才有今天的成功 时刻保持一种危机意识

第五章 三星事业组合的威力 强势的产品竞争力 用产品有效地对消费市场施加影响 实施调整产品策略 遵守数码事业的四个原则 做一个不疏忽社会责任的企业 选择正确提升品牌的策略 结构调整造就核心竞争力 进行有针对性的品牌经营

第六章 三星营销拓展的能力 通过营销运作成为有影响力的品牌 组建公共关系组织系统 以多种传播手段塑造口径一致的企业形象 积极改善与顾客的沟通模式 在营销斗争中成长 实施全球化经营管理策略 让人赞叹的奇迹——股价长盛不衰

<<三星技术扩张真经>>

章节摘录

书摘做好手中的每一项事业 移动电话事业是三星新兴的主力产品。

以CDMA式移动电话第一名的基础和实力，为三星拿下全球第三名的好成绩。

根据美国市场调查机构的资料显示，2001年第一季的国际市场上，三星移动电话的销售量为930万台，市场占有率为9.6%，紧跟在诺基亚与摩托罗拉之后。

尤其在其他企业都面临销售衰退、业绩恶化的情况下，只有三星电子保持良好的业绩。

如果把排名前五名的企业在2001年和2002年第一季的出货量拿来比较的话，诺基亚的出货量减少了6.2%，而三星电子却增加了46.2%。

尤其是三星电子凭借着品牌行销，使得移动电话的价位占了比诺基亚更高的上风。

因此如果仅仅从营业净利润来看，三星电子的营业净利润率达27%，诺基亚则为21%。

在可以同步传送、接受影响的第三和第四代移动电话、采用彩色屏幕和40和弦等产品的研发上，三星电子都能够保持领先。

兼具PDA功能的Smart Phone在美国也广受欢迎和好评。

在日本甚至还有三星电子将超越诺基亚的说法。

特别是麦肯锡顾问公司的一位顾问在2002年3月20日《商业周刊》的封面故事中提到：“诺基亚的创新速度正在减弱，我个人认为将来开发出新世纪移动电话的企业，将会是三星电子公司。

” 无论是质量还是数量方面，三星电子在TFT LCD的国际市场上，均名列第一。

市场调查机构的调查显示，2001年三星电子大型TFT LCD的出货量为913.7万台，占全球市场的20.2%，位居第一。

2002年9月，三星电子推出第五代LCD的生产线，每块玻璃面板可以生产15个15英寸的LCD。

在技术层面的进步和更新方面，三星在2001年研发出全球首见的40英寸LCD，并且投入生产，打破了别人认为不可能攻破的技术障碍。

现在，三星电子正准备挑战60英寸的产品开发。

1988年以来，三星电子在全球彩色屏幕竞争方面同样坚守了14年排名第一的地位，和飞利浦、NEC等竞争对手相比，保证了更优良的品质和更实惠的价格。

在DVD产品方面，大多数人认为因为产品性质的相似性，一般都估计在DVD出现之后，录放映机的市场将急剧萎缩，但是三星电子在这个领域仍然以最高的生产效率，维持排名第一的市场占有率，利润率也逐渐扩大。

至于洗衣机、吸尘器等各式各样的家电产品，由于是生活必需品，也都以每年平均2%至3%的幅度增长，呈现收益稳定的状态。

在家电事业领域里，净利润对销售额的比率由2001年的5.9%上升为2002年第一季的11.9%，这和国际上其他竞争对手相比，高出了两三倍。

P19-20

<<三星技术扩张真经>>

媒体关注与评论

书评《商业周刊》全球品牌价值20强企业的成功奥秘 我希望通过新经营的管理，能够看到一个世界一流的三星。

这应该是一个建立在主动性和创造性之上的动感的、富裕的企业，具备强大的竞争力，是行业的代表，拥有忠实的用户群。

我们将经历种种艰难，但一定要达到目的，让下一代过上更好的生活。

把三星，的精神与个人联系起来，我发誓将倾注我的财产、名誉和生命，竭尽全力将三星发展成为世界一流企业。

——韩国三星集团会长 李健熙 我们不仅热衷于创造消费电子产品，而且还要创造出艺术的生活方式。

我们致力于发展成知名的、具有灵感的品牌。

——三星电子首席执行官 尹忠龙 三星秉承尊重人才、追求第一等理念，长期致力于新产品开发、全球化经营、人才培养，特别是从1993年起，李健熙会长倡导了一场意义深远的经营革新运动——“新经营”运动。

将追求第一、重视质量的思想植入三星人的头脑。

如今三星的成绩都是以上努力的结果。

——中国三星社长 朴根熙

<<三星技术扩张真经>>

编辑推荐

一个是创新时尚、高速成长的后起之秀，一个是不懈创新、图谋数码称霸的高端巨头，它提供互为竞争的电子产品，却都获得了巨大的成功。

企业界的韩流，本书全面诠释韩国三星集团从优秀到卓越！

中国企业学习三星的最佳读本！

一个曾经默默无闻的企业成长为世界顶级企业的神话。

回顾三星发展的历程，三星也曾经走过一段以模仿和学习为主导的阶段，也正是这么一段学习和模仿的阶段，致使三星日后在诸多方面产生了超越，并成为别人模仿和学习的对象。

今天中国的企业也确定了向韩国三星学习的决心。

<<三星技术扩张真经>>

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>