

# 《反思：可持续营销——亚洲公司成功的战略、技术和执行力》

## 书籍信息

版次：1  
页数：249  
字数：217000  
印刷时间：2008年05月01日  
开本：16开  
纸张：胶版纸  
包装：平装  
是否套装：否  
国际标准书号ISBN：9787509203446  
丛书名：现代毒理学丛书

## 编辑推荐

本书为企业家和学者了解亚洲企业的成功之道开辟了新颖的视角。本书避开了大多数教科书因袭守旧的研究方法，从整体上对亚洲公司的经营作了全面的分析研究，将许多有关营销、管理及战略的理论与亚洲的经商哲学融为一体，为研究那些时常困扰亚洲企业的繁复问题提供了一种广泛适用的方法。

## 内容简介

本书为了解怎样周密制定成功的经营战略开辟了新颖的视角。它对研究当前变幻莫测的亚洲商业环境的挑战与机遇提供了独到的见解，并通过各种模型和体系提出了全新的管理理念。本书利用一系列亚洲企业的典型案例研究详尽地阐释了这些理念，案例所涉及的范围从制造业、物流规划业、零售业一直到服务行业。读者将能够更好地了解亚洲公司所面临的棘手难题，并能够应用书中切实可行的理念工具，制定卓有成效的经营战略来化解这些难题。

## 作者简介

菲利普·科特勒，市场营销学权威之一，美国西北大学凯洛格管理学院庄臣公司资助的国际营销学教授，曾获得芝加哥大学经济学硕士学位和麻省理工学院经济学博士学位。科特勒博士出版了许多成功著作，在一流刊物上发表了百余篇论文，而且作为营销领域的杰出领先者获得过众多

## 目录

### 引言 可持续营销企业模型

#### A 可持续模式

##### 1 沿着可持续性环圈运行

#### B 市场—营销

##### 2 经营分析

##### 3 架构设计：战略、技巧和价值

##### 4 平衡计分卡

#### C 企业

##### 5 启发、文化和制度

### 结论 模型组合

## 在线试读部分章节

### 1 沿着可持续性环圈运行：

韩国三星电子（Samsung Electronics）曾一度是典型的亚洲泡沫公司”。就像许多主宰韩国经济的韩国集团公司一样，三星电子十分热衷于发展，以至于在所涉足的所有主要行业都造成生产能力过剩，并因此而债台高筑。1997年，该公司180亿美元的长期债务是其总资产的3倍。

对内存芯片（共占公司1995年利润的90%，全年销售额的一半）的过分依赖使三星电子成为一家大起大落的风险企业。内存芯片价格的暴跌，以及1997年韩国全国性的经济崩溃，引起了公司高管的警觉和思考。他们越来越强烈地意识到，对公司实施改革已是势在必行。生产中的铺张浪费使问题日趋激化。到1997年时，三星公司对电视机存货实行的是3个月的超额库存管理。公司对工人绩效的评价只按单位制造成本来计量，致使工人生产出越来越多的产品，却从不去关心产品的销路。

三星电子的董事长选派电气工程师尹钟龙吹响了改革的进军号，后者自三星公司1969年创建以来就一直为该公司效力。尹钟龙采取的第1步行动是裁减一半的高级经理职数，并降低了大约1/3的工薪总额。这一措施将雇员的人数从84 000人减至54 000人。他接着卖掉了19亿美元的资产，从高管的喷气式专机到一个生产半导体的完整部门，一鼓作气地对公司的财政作了大手笔的重组。他还削减了许多不必要的开支项目，诸如高尔夫俱乐部会员资格费、高管人员专用餐，以及配备专职驾驶员的车辆。尹钟龙还向全公司宣布，此后三星公司所属工厂只有在收到订单并确保赢利之后才会投产。

尽管对一家韩国公司而言，这些举措过于激进，但却使三星电子能够大刀阔斧地砍掉高达108亿美元的长期债务，使公司摆脱了资不抵债的处境。这一变革解除了银行的顾虑，所以当三星公司需要时，它们纷纷为之放开信贷限额。

尹钟龙深知资产重组仅仅是改革旅程的第1步，因为单靠降低成本并不能产生巨额利润。尹钟龙经过深思熟虑，认为公司的收益现在只能来自于公司的无形资产，诸如营销能力、品牌形象和新产品生产线。除了继续努力降低成本外，三星电子将通过紧抓技术革新、提高科研水平、培养首创精神等措施来参与市场竞争。

于是，三星公司从过去热衷于市场份额以及开创生产与出口纪录，转变为现在全心专注于利用技术革新的高端产品赚钱，诸如因特网音乐播放器、平面显示器，以及带有语音拨号和上网功能的移动电话。三星公司以前90%的利润和年销售额的一半都依赖于商业内存芯片，但现已极大地拓宽了经营领域。今天，该公司已成为全球生产电信设备、液晶显示器和数字装置的行业巨头。

.....

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)