

《索尼秘史》

图书基本信息

书名：《索尼秘史》

13位ISBN编号：9787508634975

10位ISBN编号：7508634977

出版时间：2013-4

出版社：中信出版社

作者：约翰·内森

页数：302

译者：司徒爱勤

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《索尼秘史》

前言

《索尼秘史》

内容概要

《索尼秘史》

作者简介

《索尼秘史》

书籍目录

《索尼秘史》

章节摘录

《索尼秘史》

媒体关注与评论

《索尼秘史》娴熟地刻画了索尼公司那些杰出人物的形象，他们在开发新产品和迎接新挑战的过程中齐心协力，铸就了索尼的成功。当然他们也会遭遇失败，也会发生意见分歧……读者会在本书中看到作者对索尼公司幕后故事的敏锐探索，尤其是忠诚的力量和人与人的约定……本书见解独到，洞察深刻，妙笔生花！在企业与公司传记类的著作中，这本书独领风骚。——《柯克斯书评》

《索尼秘史》

编辑推荐

《索尼秘史:奇迹的崛起、帝国的躁动与迷惘的未来》编辑推荐：索尼被称为最没日本特色的日本公司，索尼公司创始人盛田昭夫曾是基辛格和克林顿的座上宾。然而，2013年1月，就在盛田昭夫举家移居纽约50年后，索尼宣布出售美国总部大楼。索尼回到原点。苹果、三星这些对手一个个绝尘而去。是时代变了？还是索尼变了？40年的辉煌，10年的挣扎，索尼为何会迷失？索尼需要回到自己的传奇年代，从中寻找遗失的英雄精神，反思基因中的错配。《索尼秘史》，最私密的采访、最真实的记述，索尼公司官方认可的企业传记。任何想走向世界的中国公司，也许都要先跨越索尼。

《索尼秘史》

名人推荐

《索尼秘史》

精彩短评

- 1、送来的时候外包装都破了，而且没用亚马逊的盒子，是直接拿塑料袋装的
- 2、一张神秘的而复杂的索尼情感地图，，，买书就会看到
- 3、书的质量很好，很喜欢索尼这个品牌，了解一下他的历史，有更多感慨
- 4、看看日本企业当时是如何进军美国 打开全球市场。2016年开始学会以史为鉴。
- 5、绝对绝对的高贵华丽上档次
- 6、因为我是索粉。
- 7、对于八零后说，这更像一部前传，更偏向人而非产品的前传。

从管理上说，那些发生在美国的故事，彰显了日企衡量自身成功参照物的唯一性，至少几十年前就是这样；创始人日式驾驭美国高官的野心，疏通跨界大鳄们的人脉关系，以达到国际化扩张之目的，很值得国内企业家学习。

而从产品来看，索尼的多数产品现在依旧会出现在普通消费者中，无论成功或失败，其多数都可引为商业案例；看更久远些，那段陌生的初期研发历史也值得尊敬。

- 8、包装很精致，物有所值！
- 9、书中出井伸之提出的“数码梦想弄潮儿”的中文有些令人陌生，它的英文更能打动我：“Digital Dream Kids”。那是1995年，我和朋友们初识索尼的时代。今天再看这三个单词已经有种怀旧的气氛，现在的时髦是analog，digital算old school。
- 10、十部人物传记连起来的杂乱历史。
- 11、不仅装潢好，而且内容也好，介绍了鲜为人知的发家和成长史。相信企业高管从中会得到许多启示，也会学到一些东西。其中最重要的是有关对创新的理解，及其如何组织创新活动，特别值得借鉴。

12、帮别人买的 我没得看 暂时无法评价

13、其实这本书对索尼的解构还不太全面，但是还是在我的脑海中勾画出了一个小公司的繁荣与衰败，如今世界最大音乐、最大电影、三分之一传感器供应商、最大电子医疗器械供应商、最大电子供应商、技术的索尼...这些荣耀是否比起以前发明电视发明随身听那些黯淡不少。四五十年前，一个小公司在几个怀揣梦想的年轻人手中建立。井深大、盛田昭夫。索尼的绝对元老，索尼的两大创始人。同样来自于军队。一个满怀梦想和理想的工程师，一个头脑聪明充满睿智的入伍学生。一生的知己，联手之下创下了一个小小的公司。因为满怀激情，在未来的几十年里涉足各个领域，创下了辉煌的基业。随身听，CD，电视机，相机，影视，音乐，个人便携电脑...只有一个充满激情与梦想的公司，才能取得如此辉煌的成就。乔布斯的苹果也曾受到索尼的影响。盛极必衰，怎奈何，一个辉煌的帝国走上了难以避免的下坡路。五年以来，唯一一次的盈利竟是因为东京总部大楼的出售，一次次决策失误和果断而备受褒贬的各种收购案。何其悲也。索尼是一个因为其个人魅力才拥有如今的强大公司，虽说其一直自食其力极度自闭极度自傲，却也拥有了一段传奇一批忠实用户，难道因为几任优秀总裁的离世，就走上了不可避免的下坡？我想到了中国的文化，是一个需要天才的文化，只要有数位天才横空出世，便可创下不朽的基业。但终究会衰落，也是因为天才的缺失，机制的僵化。这种深受东方文化影响的公司命运也是同东方文化的命运同出一辙。不知索尼这个曾经创造出无数奇迹的公司还能否绽放出灿烂的光辉。我期待那一天，也相信在这片已然没有精益求精精神和商业尊严的电子快餐时代索尼依然能够保持一份清静与一直不舍的创新。拳要收回才能在下次更有力，我相信如今One Sony战略正是在述说这一点，宁愿抛弃资产也不能降低研发创新经费，且谁又能断言未来到底属于谁呢？阅读更多 ’

14、索尼创业初期、起于技术

15、主要写了当时日本在战后的发展困境，和领导人求胜的决心

16、索尼之所以是那个索尼，具有强烈的领导人色彩，高瞻远瞩的布局，成功的市场开拓，对西方文化的理解和运用成就了SONY，却也是现在索尼面对的巨大问题。

17、可以哦，人家觉得很好看的啦~

18、平和的叙述

19、不得不说日本人的创新头脑无与伦比。

20、1999年以前的索尼史。第八、九章比较乏味，但相比学校的创业比赛还是要好不少。大三的时候

《索尼秘史》

借过，但当时没顾得上读这本。20160530【先给还了，下次再借来看F431.366-32

- 21、干货太少，跟乔布斯传记比起来差远了。其实作者把更多精力聚焦在索尼具有颠覆性的产品（如walkman）可能会更有吸引力，鸡蛋再好吃，也没人会关心下蛋的是哪只鸡。同样的道理，谁会关心你一个公司的领导变动呢？
- 22、索尼就真的是匠人心，连失败说起来感觉都像在慎重而又调皮地无视市场，但又时常搞出一堆黑科技，就像是因为智商超群觉得考试过于无聊索性乱涂的怪小孩，简直是科技界的处女座
- 23、在高语境环境里，许多的故事都是不足为外人道的吧
- 24、作为一个索粉，我敬重的并不仅仅是富有创造力的索尼产品，还有索尼认真踏实的企业文化。看到来自不同背景的人在一起为公司所做的努力，中西文化的茶会等等，真是万分敬佩。
- 25、看到的是家族企业早期是充满活力向外大展拳脚，中期的壮大与拓展，中后期看到更多的是内部公司的争夺权力，也许这就是生命周期；也看到了日美文化交流方面的差异，一方是含蓄的尊卑老小的口头信誉的，另一方是直接的平等对话的契约精神的；还看到了一时的垄断企业不意味着永远占据市场，市场出现新事物时总被迅速的拓展，就如今天的我们也有主观认为所谓的机遇瓶颈，实则不然，当时的巨无霸索尼没有把握互联网，电脑这一全新的天下，从而出现今天一些新的巨无霸。
- 26、普莱士代雄
- 27、故事性很强，只是1999年的出版物。日本企业可以做到和欧美企业一样的创新，而不是简单模仿。
- 28、结合现实管理问题，还是比较有启发的。
- 29、索粉必看 日本早期的公司可能都如索尼一样（不管后期发展如何）其实内部是不包容不开放的，所以在这本书讲的时间段的后期，盛田去世后索尼就站在十字路口。同样是boss的突然离去，苹果能对一些突发的人事变动有防备机制，从这个小小的角度来看这也是为什么现在苹果比索尼更成功的原因（单看销售量来说）。
- 30、对索尼的发展有一个系统的阐述，很好，值得收藏
- 31、大致了解SONY21世纪前的成长历程，2000年后的发展未做交代。同时每个篇章都是以一个事迹为契机展开论述，人物及事件的穿插容易让人产生混乱，需要重新更系统化的去了解下SONY的发展史。
- 32、别的都不错，只是对索尼产品本身的介绍分析太少，还是侧重于描述公司高层、企业治理方面的一本书
- 33、基本读不下去。作为一部主要描述索尼历史的书籍，我希望在书中看到索尼是如何开发产品，如何市场调研，如何打广告战等等内容。可是作者似乎更热衷于描写并深大的桃色新闻。
- 34、内容还没看，由于买了两本书一本《索尼秘史》一本《下一个倒下的会不会是华为》先看了那本，所以这本还没看，但是包装真心不错，本人完美主义着，受不了有瑕疵不过在亚马逊上买的书一直包装不错，硬皮，带塑料外封，不错不错。本来想买《盛田昭夫》太贵了，看完这本再买吧。
- 35、战后日企的崛起值得人学习却又无法模仿。刚看了三章便以知晓“技术的索尼”称号的由来。
- 36、推荐前半部分深井和盛田的草创阶段，引人入胜且有启发，后续哥伦比亚收购着墨过多，略读完
- 37、跌宕起伏！貌似个人电脑业务就没赚过钱，但是索尼在音乐娱乐业确实做的够大。不知道中国何时才有像索尼这样的国际型企业啊！
- 38、包装不错。对索尼的一些讲述。一个庞大商业帝国的曾经辉煌到如今衰落。主要说了索尼的创始，历史。日本总部、美国公司、音乐公司的一些事情。其他方面比较少了。硬件方面，我只记得特丽珑了，没有walkman的一些事情。下面是我读后的一些想法，愚人之见，文笔简陋，还望诸位不要吝啬批评。这本书对索尼的解构还不太全面，但是还是在我的脑海中勾画出了一个小小公司的繁荣与衰败。四五十年前，一个小公司在几个满揣梦想的年轻人手中建立。并深大、盛田昭夫。索尼的绝对元老，索尼的两大创始人。同样来自于军队。一个满怀梦想和理想的工程师，一个头脑聪明充满睿智的入伍学生。一生的知己，联手之下创下了一个小小的公司。因为满怀激情，在未来的几十年里涉足各个领域，创下了辉煌的基业。随身听，CD，电视机，相机，影视，音乐，个人便携电脑...只有一个充满激情与梦想的公司，才能取得如此辉煌的成就。乔布斯的苹果也曾受到索尼的影响。盛极必衰。怎奈何，一个辉煌的帝国走上了难以避免的下坡路。五年以来，唯一一次的盈利是因为东京总部大楼的出售。何其悲也。索尼是一个因为个人魅力才拥有的强大公司，难道因为几任优秀总裁的离世，就走上了不可避免的下坡？我想到了中国的文化，是一个需要天才的文化，只要有数位天才横空出世，

《索尼秘史》

便可创下不朽的基业。但终究会衰落，也是因为天才的缺失，机制的僵化。这种深受东方文化影响的公司命运也是同东方文化的命运同出一辙。不知索尼这个曾经创造出无数奇迹的公司还能否绽放出灿烂的光辉。

39、这是我第一次读类似的书，虽然稍稍有点无趣，但是也有有趣的点，所以给五星~

40、掌控人士变动历史，感觉没什么深度，没肉

41、买之前以为这书是讲索尼公司从建厂到现在的发展经过，主要是以为生产电器的发展经过，但没曾想中间2章着重介绍索尼收购哥伦比亚电影公司，而这书写于1999，距今14年这14年索尼的发展我也想看。失望啊，不过好在终于知道为何起名叫索尼公司了。如果有跟我同样对索尼公司电子产品发展史感兴趣的读者建议不要买这书。

42、可能因为作者不懂商业，书写得相当一般。帝国现在算是到了黄昏了吧，能否再次崛起还是未知数，一个如此巨大的帝国的兴衰居然决定于几个领导人，想想也够有意思的，苹果其实也是一样，人是万物的尺度，能者无所不能这是不会变的。我个人对于sony手机这么久才上IPS非常不满。

1、国内各个卖书网站包括豆瓣读书都只会标示中文版的出版年份而从不标示原版的出版年份。1999年的老故事了，除了骚尼的起源外，我更想看到关于PS2时代的横扫千军、LED电视的窘境、MD的死亡、索尼-索爱-索尼的手机业务、Walkman vs. iPod、PSP与PS Vita的迥异命运、PS3的沉浮录、首位外籍领航人Stringer以及新任CEO平井一夫的故事。难道让我等待《骚尼秘史2》？

2、索尼曾经是日本企业界的骄傲，以至于邓小平第一次出访日本就选择了拜访索尼公司来学习企业管理的知识，而索尼对于刚刚迎来改革开放的中国人也十分热情。对于中国成长与经济起飞年代的青少年来说，尽管时不时会有媒体会发出抵制日货的呼声，但是索尼的产品从没有真正意义上被中国消费者拒绝。但是来自索尼的产品真真切切的给中国企业上了一课什么是好产品，索尼的产品也成为了中国青少年心目中美好的回忆。近些年来随着移动互联网的崛起和日本整个高新产业界全球地位的下滑，索尼似乎已经不复往日的风光。而来自约翰内森的索尼秘史这本书，给了读者去朝拜这个全球消费电子巨头的机会。看到他的崛起过程和衰败过程。读这么一本书要比很多流传什么盛田昭夫之类的管理秘笈之类的书要好很多。一般企业的成长过程都有其固定的规律，比如创业伙伴反目，在发展了一段时间后官僚主义开始出现都是可以理解的事情。前不久电影中国合伙人中几个创业团队成员微妙的关系就反映了一个杰出的企业要想走向辉煌走向永续发展有多么的不容易。而在日本战后崛起的一系列企业中，索尼的崛起不存在有他们日本财阀的身影，崛起的领域也更加的不易。对于书中索尼几个创始人见微妙的关系，书中丝毫没有回避。这两位创始人在创建企业的过程中有着如此可遇而不可求的关系，使得企业在几次创始人意见不同的事情都在私下解决了彼此意见不同的问题。盛田昭夫和井深大都是创业型人才，这使得他们将技术问题不单作为自己攻坚克难的动力，而且视为战后日本崛起的重要动力。他们都是典型的日本人，这从盛田昭夫出版日本制造给索尼在日本的拓展引起了不晓的麻烦可以看出来。书中重点记录了索尼在创业士气那种蓬勃的朝气，这种朝气不单代表了索尼，也是当时涌现出来的一批企业的共同代表，这是索尼走向成功的重要精神因素。书中在前言部分就提到了日本文化中那种暧昧的气质，这种气质是和欧美文化所不相符合的，但是索尼本身也是走向欧美走向海外化拓展最早的大企业之一。到了鼎盛期索尼收购美国电影公司这种拓展达到了一个高峰期。但是也就是这个阶段索尼的海外拓展似乎开始脱离了战无不胜的范畴。但是这种日本的暧昧气质与索尼的全球化经营是存在冲突的，这种冲突从书中举的几个例子可以看出来，而索尼在几任CEO也无法挽回亏损被迫裁员也可以说明索尼逐渐再回复一家日本企业常见的弊病。日本文化中过于重视尊卑顺序和官僚文化是索尼之所以走向衰败的重要原因这本书谈到了索尼的几个阶段，从创始人时期盛田昭夫井深大到大贺典雄再到舒尔霍夫几个阶段，索尼不断开发出了先进的技术，并且也取得了几个关键性的胜利，但是这些胜利与几个天才型人物有关。而在此之后索尼的领导人水平似乎有了很大下降。是这些领导不行吗？恐怕更深的原因还是日本企业官僚文化的蔓延和日本独特文化与全球化经营的冲突。而这本书截止时间为1999年，后面索尼的很多精彩故事没有写到。但是书中没有的内容很多读者已经在新闻中可以了解到了，时至今日索尼为何走下坡路成为了媒体和学界津津乐道的话题。而中国的企业似乎正在上坡路阶段，但是中国企业也有着独特的文化氛围，并且中国还几乎没有能够达到索尼地位的企业。那么我们应该很有必要在索尼的历史故事中学到些什么

章节试读

1、《索尼秘史》的笔记-第49页

「SONY 名字的由来」开拓美国市场时，公司需要起一个名字，以便其他国家的人能够认读。盛田将当时印在磁带盒上的“sonus”与英语中的“sonny-boy”结合起来，他觉得，这个英语单词传达了年轻活力和桀骜不驯的感觉，而这正是他想打造的公司核心特色；于是，Sony（索尼）一词应运而生。@索尼中国

2、《索尼秘史》的笔记-第169页

自70年代中期以来，盛田一直认为，加入索尼拥有大量以Beta格式录制并发行的影音制品，那么，索尼就可以挽回Betamax的失败局面。现在，索尼的视频随身听和热卖的8毫米视频录像机与播放机的新产品系列已于最近成功在美国市场上推广，鉴于此，拥有自己的影音公司这一梦想就显得空前诱人。此唱片公司的成功收购，加之看来已经十分优惠的价格，也促使盛田更加大胆地开展一项新的业务，而索尼对此业务根本一窍不通。

盛田这个顽固的老头，如此大花心思到底是为了索尼的明天还是为了愿他的一个梦呢？

章节名起得好啊。

3、《索尼秘史》的笔记-第194页

既然天国的VAIO笔记本出现在这一页了，就在这一页写最后的笔记吧。

大贺和出井之间微妙的平衡都被员工当成一场戏来看，对索尼公司来说应该是绝对的坏事吧。大贺卸任的时候，出井还没做出什么值得夸耀的成绩，对于这个有争议的继任人能否扛得起索尼的招牌让它一如既往的闪耀光芒还是未知数。前言写于1999年，初稿已经有些跟不上事情的变化。去查了相关资料，在大贺之后，出井还是接了班，之后又有了霍华德斯丁格，永山治，可是颓势已无法挽回，对于今日的索尼，关键词早就变为了“复兴”。“衰落”还远谈不上，索尼打入美国市场的坚决，对产品的用心……索尼有它独有的特质。我作为一枚索粉，果然还是希望它能继续闪耀光芒。

4、《索尼秘史》的笔记-第137页

选岩间和夫做总裁是盛田的决定。他和岩间从小在名古屋就是邻居，从那时候起，他就钦佩甚至崇拜岩间的科学才华和自律性。岩间年长盛田两岁，1976年2月，他恰好60岁。如果说他有意成为索尼的总裁，而这也正是盛田想要给他的，现在，这个时机来了。那时，在纽约为盛田工作了20年的秘书小野山博子到夏威夷拜访盛田的家人，与盛田一家在那里共度1976年的新年，她记得“昭夫董事长”告诉她，他一生中最高兴的两天是岩间迎娶他妹妹那天，以及最近董事会表决通过他委任岩间为总裁的这一天。

联姻，商场社交，不管哪个国家哪种文化，“家族”仍是商业成功不争的载体。也并未及得对于盛田董事长妹妹有过多的描述，在这种家庭里，长子外其他儿子还能被视为“家族的一份子”而不是“家族的希望”，女儿就更不用说了。

5、《索尼秘史》的笔记-第167页

在当时，收购哥伦比亚影业公司是日本企业对美国公司最大的收购个案，此举是美国人相信，日本人正在以一种高深莫测的方式，徐某收购整个美国。实际上，抛却这种全国性的恐慌不谈，在1985年至1990年间，日元兑美元的汇率大幅攀升，推动了日本人深入美国市场进行疯狂收购。随着一张张合同的签署，佛罗里达、德克萨斯和加利福尼亚的高档房地产、制造部门的中小型企业、酒店、乡村俱乐部乃至银行，均被一一吞并和开发。在此过程中，美国标志性的建筑也相继落入日本人的手中，包括凡士通轮胎公司和蒂芙尼大楼。而就在同一年，日本三菱地产收购了纽约市的洛克菲勒中心。如

今，日本人的触角已经深入好莱坞——这个被全美国最为珍视的“美国梦”幻想中世俗而神圣的堡垒。这个收购项目发生的当周，《新闻周刊》的封面戏谑地刊登了哥伦比亚公司的表示，其中那个雕塑女郎被穿上了日本和服，标题上写着：“日本入侵好莱坞！”

这段看得我要笑死了，不稳定的汇率，大规模地房地产以及酒店投资，以及一个国家对传统好莱坞的挑战，日本在80年代末90年代初做的一切，现在轮到中国了。中国大妈处处上头条，加州的美丽小镇甚至成为了中国现象的“小三村”，好莱坞大片不出现中国元素都不敢拿出来卖，“中国威胁论”这句口号不知道被美国人喊了多少遍，真是典型的迫害妄想症啊。只能说日本在整个亚洲走在发展的前列，而这个国家现在所面对的问题，就是中国需要提防可能产生的问题。不仅仅是美国，中国哪里不入侵了，现在还入侵日本了，看着神一样的日元人民币汇率，大家都要组团去日本抢米抢锅抢坐便器了。

6、《索尼秘史》的笔记-杂志上看见的

战后，在索尼这一社会有机体的中心，维系着一种关系——一种商业史上最富有成效，也最能引发人们好奇心的关系。井深和盛田昭夫的办公室紧靠着，在40多年的时光中，两人共同经营着公司，一起呵护索尼的成长。私人女秘书们这样回忆昔日的情景：井深从他的一位工程师手中抓过原型样机，便和盛田面对面地坐在地毯上，开始摆弄琢磨起来。有时，如果恰逢他们中的一位刚从美国返回，两人的兴趣便集中在从美国施瓦茨玩具店买来的满满一购物袋玩具上面。

在回忆起父亲去国外旅行途中为自己买的机械玩具时，井深的儿子真琴显得稍稍有些失望：这些礼物几乎每次都在总裁办公室里被父亲拆开，经过重新组装，或者部分组装之后，才会交到自己的手中。盛田的次子昌夫，现在还记得曾经有一次去这两位创始人办公室的经历，当时他简直就像走进了一个玩具箱。无论何种玩具或机械类的小玩意儿，例如电动土豆削皮器，他的父亲总是买两个，一个给自己，另一个送给井深。井深曾是日本微型火车协会主席，一生都对电动火车钟爱有加。而盛田喜欢收集机械管风琴、音乐盒和自动钢琴，他最心爱的玩具是个遥控氦气球。

每当井深和盛田出现严重分歧时，他们都是私下解决。而在涉及公司政策时，他们的意见总是保持一致；从没有人，即使是公司外部的人，听到他们指责过对方。在盛田的弟弟昭和看来，他们俩的亲密关系令人费解：【“这确实很奇怪。男人们在一起，通常会很融洽地相处三五年，然后就会发生某种形式的争吵。但是，他们却成功相处了那么长时间。”】

《索尼秘史》

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:www.tushu111.com