

《再造家电》

图书基本信息

书名：《再造家电》

13位ISBN编号：9787308151824

出版时间：2015-10-1

作者：陈润

页数：210

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

《再造家电》

内容概要

编辑推荐

时代发生变化时，能生存下来的企业，不一定是资源雄厚的大企业，也不是偏安一隅的小微企业，而是适应能力强、敢于主动颠覆、善于创新和拥抱时代的企业！

本书作者研究家电行业多年，对整个家电行业的背景、发展和现状理解深刻，观点犀利、独到，内容更聚焦家电各个大中小企业，案例针新颖对性强，同时还有一些全新、超前、尚未曝光的新思维、新方法，对家电行业乃至传统的制造业企业转型，具有很强的指导和实操意义；同时更迎合当前家电企业转型的痛点和痒点。值得推广和借鉴。

名人推荐

吴晓波 | 著名财经作家，“蓝狮子”出版人：陷入困境的制造业者，与其求助于外，到陌生的战场上乱碰运气，倒不如自求突破，在熟悉的本业里，咬碎牙根，力求技术上的锐度创新，由量的扩展到质的突围，正是中国制造的最后一公里。

李飞德 | 美的集团董事 副总裁：企业史研究是非常具有战略洞察力的思维激荡，颠覆、创新和超越是企业战略经营永恒的话题。在互联网+、智能硬件、智能制造的时代大潮下，美的聚焦产品和用户，正在突出以“产品和用户”作为所有经营管理活动的焦点，以更具创新的产品和服务、更具竞争力的全流程效率，使用户满意、超越用户预期。陈润在本书中研究和解析的话题，为传统企业、家电行业的转型升级提供了新视角、新方法。

李从想 | 创维集团总裁助理：在移动互联网大潮之中，包括家电在内的传统行业再次面临时代变革的机遇与挑战。陈润从互联网的本质出发，以回归人性的角度，全面、系统地总结出“互联网+”时代家电企业的30条革新法则，理论与实践相结合，观点鲜明，通俗易懂。阅读本书，家电企业或许能够找回“再造”的智慧。

刘步尘 | 家电产业资深观察家：移动互联网乃全球大势，但唯有中国企业拥抱的热情最高，我乐观地预测：也许五年之后，世界会惊奇地发现“中国制造”已然今非昔比。甚至那时，中国向世界输出的不仅有产品，还有管理模式。但这一切不是等来的。路怎么走？也许这本书能帮助你找到答案。

洪仕斌 | 中国家电商业协会营销委员会执行会长、中国互联网协会网络营销专家委员、著名家电产业观察家：陈润是一位站在家电三界之外的知名学者与观察者，他用另一种角度解读家电互联网革新之路，少了家电人故有的行业认知束缚，洞察家电产业转型与革新之路或许更加真切。互联网思维的本质是尊重市场、回归人性、和用户做朋友。这本书中所谈的家电之危与互联网之势，或许能给予我们家电人一种新的启迪！

书籍目录

序篇

互联网时代，颠覆与被颠覆

第一章 危机在左，机遇在右

时代终结：国际家电巨头衰亡启示录

满足即衰亡：中国家电企业的虚假繁荣

智能家居：中国家电行业的第五次浪潮

10 亿元赌局：雷军对撼董明珠

没有成功的企业，只有时代的企业

第二章 盛世危机：死在最成功的基因里

破坏性创新：只破坏，不创新

死于技术：延续性技术改革饮鸩止渴

品牌“软骨症”：做广告不如做口碑

赢而不盈：价格战不如价值战

金字塔式组织死于僵化

第三章 互联网思维的本质：尊重市场，回归人性

互联网思维的本质

互：用户、企业、社会的充分互动

联：人、产品、事物的有机联结

网：市场、科技、平台组成网络体

“互”篇

相形以生，互惠而成

第四章 和用户做朋友

参与法则——塑造友爱的互动

体验法则——一切为了打造用户体验

口碑法则——源于信任的多米诺效应

尖叫法则——做超预期的产品

第五章 企业家品牌与社会化营销

系数法则——领袖形象决定企业品牌价值

当子弹遇上原子弹

家电企业家形象定位三原则

第六章 一切企业都是服务型企业

互换法则——服务是基于“同理心”的互动

量化法则——将无形的服务标准化

契约法则——终身陪伴式服务

微笑法则——真诚微笑的本质是差异化服务

第七章 互惠互利：企业与社会共生才能共赢

真实法则——“伪绿色”家电必遭唾弃

公平法则——测评机构改变家电格局

开放法则——把用户请进来，把理念传出去

透明法则——消灭信息不对称红利

“联”篇

千丝万缕，万物互联

第八章 移动互联网入口之争

家门口的“野蛮人” 1

关联法则——构建体系化产品组合

互补法则——端对端联结的最优途径

第九章 需求 3.0：创造需求

进化法则——从功能需求到情感需求
精益法则——用大数据实现按需生产
潜意识法则——挖掘人性需求的本质是潜意识
工业 4.0 的本质是智能化解决需求
第十章 组织再造：“团组化”管理创新
自驱力法则——从“齿轮”到“发动机”的变形
扁平法则——把员工做大，把企业做小
协同法则——以打造“利益共同体”为考核方向
“网”篇
帷幄之中，千里之外
第十一章 用颠覆的手法做市场
反“二八”法则——得长尾者得天下
逆向法则——跳出“家电下乡”的陷阱
中性法则——未来家电不是非黑即白
GL 法则——全球化思想，本土化操作
第十二章 用放大镜看趋势，显微镜看冲击
突破法则——科技研发要看到家电之外的变化
可穿戴设备：家电也要比“穿戴”
物联网：让家电“有思想”
3D 打印家电：噱头还是潮流
第十三章 平台制胜，打造互联式家电企业
跨界：未来企业都是互联式企业
择优法则——做平台还是做产品
并购法则——用并购的方式来做平台
引爆法则——找准跨界的临界点
共赢法则——构建多方共赢的资源生态圈
尾声
谁是家电新王者？
成为王者的三大标准
控局者与搅局者
降维打击：未来属于“来自星星的你”

《再造家电》

精彩短评

- 1、有些学究气，不同于一般的企管书。有不少政策、口号、呼吁，很李中堂。优点例子新，段落不重复。
- 2、其实这本书也只是说了下发展趋势，这个趋势是没错，但是家电产品做到互联网+、物联网没有那么简单。大企业提心吊胆怕软件公司抢市场，小企业超低利润近年来大多半死不活。不过危机中往往都酝酿着机遇，在转型过程中常会出现新的黑马或老的巨无霸。未来的主要转型会由企业主导产品开发，变为消费者需求主导产品的开发或定制，加上产品的联网，让消费者更从容的使用这些产品。目前的联网家电产品更多的感觉是高价+鸡肋功能，如果能够以更亲民的价格+实用的功能，并且可以跨品牌物联，应该是会再造起新一波的家电产品风潮的。

《再造家电》

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