

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

图书基本信息

书名：《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

13位ISBN编号：9787122164148

10位ISBN编号：7122164144

出版时间：2013-7

出版社：河智海、万璐 化学工业出版社 (2013-07出版)

作者：河智海

页数：218

译者：万璐

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

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

前言

让我们一起关注乐天吧！商场如战场。尤其是在当今社会，市场风云变幻、喜怒无常。很多企业都在这样杀气腾腾的战场上选择孤军作战，一不留神就可能被竞争对手杀得片甲不留。昔日数码领域的领军人物—摩托罗拉已被收购，诺基亚也逐渐走向衰落。看到这两座商界摩天大楼的颓败，让人不禁感叹世事无常。原先总是走在时代前沿的两大巨头，就这样被历史甩到了身后，不禁让人唏嘘。真可谓是“花无百日红”啊！这种例子还有很多，在韩国，也有很多曾经的领军企业走向了衰落，并最终淡出人们的视线。其实过往取得的荣耀都是过眼云烟。一些企业在盛极一时之后又走向衰落，不光企业自身，这些企业的员工、员工的家人以及跟这些企业有着合作关系的企业，都会受到影响。所以说，不论企业目前取得多么大的成功，都要为可持续的稳定经营尽最大的努力。韩国现在的企业都在作哪些努力呢？我曾经分析过很多企业成功或失败的案例并全程参与过这些公司对未来发展的规划，对这个问题，我始终充满着兴趣和好奇。因为如果了解一家企业是如何解决危机并如何为未来做准备的话，就可以知道这家企业将来能否成为可持续发展的企业。“人事就是万事”，只要观察一个企业是如何对待它的员工并如何给员工补偿的就可以看出“企业蕴藏的力量”是什么，而且通过观察企业对于员工的评价标准，我们还可以知道企业追求的价值。每一个行业和企业都有自己特有的文化。经过跟乐天长时间的合作，我发现乐天的文化和气氛就是虽然表面上看起来安静，但是有自己的特色。为什么我要格外关注乐天呢？因为乐天比它的外表更有发展的潜力，也取得了很多不为人知的成果。乐天是一个能够代表韩国的企业，但是乐天所具有的潜力和竞争力却不为人所知，而且一说起乐天，总有人认为它是小气鬼的形象，而且是一个没有什么值得学习的企业。在接触乐天之前，我对它也有过这样的偏见。但是自从我通过咨询和乐天结缘之后，参与了很多乐天内部项目的企划，我原先的偏见已经完全消失。如果想要做好咨询，就必须了解企业不为人知的一面，而且要了解企业的全部力量；要看到别人看不见的东西，甚至连企业内部员工都看不到的深层次的东西。只有这样，才可能做好咨询工作。于是我看到了一个闻所未闻的乐天。虽然原先外界对于乐天有很多的偏见，但是乐天从来没有站出来为自己辩白。其实这也是乐天企业文化的一种体现。乐天一直对光说不做很是忌讳，从开始创业的时候就不喜欢大张旗鼓地去宣传，所以才没有出来为自己辩解。乐天很早以前就确立了以“去华求实”为自己的企业文化。就像这个词的意思一样—不要华而不实的东西，只注重内在，乐天总是在自己的领域里追求卓越，但是并不张扬。乐天就像一列平稳安静而又风驰电掣的列车，有着性能绝佳的发动机，持续高速地飞驰。自成立以来，在将近半个世纪的时间里，乐天的经营从来没有过滑落或者衰退，从来都只是前进。这对一个企业来说是极其难能可贵的事情。只要看看专业运动员就可以知道，无论多么出色的运动员也不会总能出好成绩，总会有下坡、有低谷。不论是作为个人还是集体，如何在危机中脱身可以决定一个人或集体的命运。但是乐天，一个在多领域有业务，承载数万名员工的大型企业，竟然能够从不停歇、没有低谷地持续前行，这着实是一件令人难以置信的事情。当然，乐天能够站在今天这样的位置，也经历了不少危机，但是这些危机都被乐天转化为成长的动力，继而实现了更大的增长。所以很多人都评价乐天“有永不停歇的马达”。很多企业都声称要把危机变成机会，但是真正能做到的企业如凤毛麟角。在上一次金融危机的时候，很多企业都选择了紧缩经营。但是乐天没有这样做，而是选择了一条截然不同的道路：开始进行积极的并购。这不是为了单纯扩大自己的规模，而是为了把握住金融危机的机会发展成全球企业。乐天之所以能取得这样的成果，都要归功于乐天一直以来坚持的“三无经营”，这样的经营模式可以从源头上减少危机发生的可能，极大地提升竞争力。那么“三无经营”究竟指的是什么呢？第一，行业视野无界限。零食业向来发展缓慢，但是乐天却从零食起家，做到如今韩国排名第五的位置，这要归功于乐天特有的企业文化。乐天从口香糖做起，企业壮大后又开始进入酒店业，现在乐天酒店已经当仁不让地成为亚洲最好的酒店，正朝着国际知名酒店的方向努力前行。在一片荒地上建起的全世界最大的室内主题公园，为人们在繁忙的日常生活中提供了休憩放松的地方，它也是世界上最大的室内主题公园。乐天还成为韩国国内最早进军互联网的企业，成立了韩国第一家网络购物网站。乐天还引进已逐渐被人淡忘的立拍得相机，经过包装、改善和市场营销，成功把立拍得相机推到了潮流的顶端，使其成为年轻人争相购买的时尚潮物。这些都是乐天成立之初没有人会预见到的。乐天没有局限于零食业，而是在多领域发展，突破发展局限。现在的乐天仍在不断地向着更美好的明天努力。第二，跨国经营无止境。原先一直作为国内企业的乐天，正在一点点走向国际化。现在，乐天每年在韩国国内的增长率是15%，但是海外营业额的增长率已经超过了30%。一说到国际企业，很多人都会第一时间想到和电子产品或者IT业相关的企业

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

，但是乐天却没有像它们这样直接输出商品，而是输出服务，创造高附加值。乐天通过移植整套经营系统在海外扩展市场，采取在当地收购企业，然后扭亏为盈的当地化策略。乐天旗下的超市乐天玛特已经在中国开设了第83家分店。乐天正在全面实施VRICs（越南、俄罗斯、印度尼西亚、中国）全球化策略，向着全球第5大超市的目标努力。已经在韩国国内流通和消费品领域做到最好的乐天正着眼世界市场，为自己的第二次腾飞做准备。第三，员工发展无瓶颈。我关注乐天的真正原因不在于它头顶上的那些光环，而在于亲眼见证它不断进取和挑战的过程。乐天不仅在人们熟知的零食、流通、旅游观光等领域是成功的，在重工业、通信、石油等领域也取得了不俗的成绩。特别是那些被乐天收购的企业都能在短时间内扭亏为盈，不得不说乐天的成功DNA得到了很好的移植。经历过这么多并购活动，自然会有新的员工加入，但不论这些员工原先所属的公司是什么，在乐天都会得到平等的待遇。只有乐天的成功DNA才是评价人才的唯一标准。也有一些人对乐天抱有偏见，认为乐天是“釜山企业”（乐天成立于釜山）。如果乐天真是一家保守的地方性企业的话，现在我们也看不到乐天遍布韩国国内和国外的身影了。如果大家了解乐天真实的一面，了解乐天的奋斗过程，就会有向它学习的冲动，我也是一样的。做咨询最重要的就是发现企业不为人知的一面。不论是成功还是失败的经历，只要是有助于了解乐天的经历我都要拿来研究。在我看来，乐天成功的理由并不是那些商业理论，而是每天都能感受到的乐天人的热情、执着、责任感和挑战意识。一旦遇到问题，他们一定会追寻到底，不断追问为什么，找寻问题的本质。在这样的过程中，每个员工都积极地参与其中，发挥创意，这也是为什么乐天能不断成功的原因。乐天的成功不仅对企业，对个人也有很大的启示作用。乐天从不追求华而不实的东西，但是它并不保守，在面对挑战的时候总是大胆面对，追求变化和革新。如果说刚开始乐天是在“企业报国”思想下成立的韩国本土企业，现在的乐天已经发展成能够代表韩国的国际化企业。在发展的过程中，乐天结合传统优势和新的经营理念，取得了很大的成果，也为今后的企业发展和市场趋势指明了方向。本书详细地讲述了乐天的发展史和它独特的企业文化，反映了通过对乐天的客观观察所了解到的真实的情况，并不带有我个人的偏见。现在，韩国社会上出现了一些谣言，称乐天是日本企业。这是毫无根据且不负责任的言论。辛格浩会长完全兑现了自己“在韩国挣的钱全部在韩国再投资”的承诺，而且还有很多次把在日本赚取的利润拿到韩国进行再投资。乐天在韩国经济中有不可替代的重要作用，希望此书可以让人们了解乐天、感受乐天的企业文化，对乐天有一个客观的认识。河智海

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

内容概要

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》内容简介：乐天作为韩国著名企业集团，表现不俗，即使在经济危机的时候也在稳步地增长。乐天成长的秘密在哪里？《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》介绍了乐天的理念以及经营方法和经验，体现出一家企业从小做大所需要的策略和方法，内容涵盖营销、人力资源、现场管理等方面的具体技巧和执行细节，对我国的企业及其管理者具有很强的参考价值。

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

作者简介

作者：（韩国）河智海 译者：万璐河智海，毕业于高丽大学，获经营学院硕士学位。现任韩国合益集团（HayGroup Korea）代表理事。先后在三星SDS、美世咨询公司和华信惠悦咨询公司从事大型企业人力资源咨询工作，涉及企业核心人才管理、人力资源管理制度设计、员工补助等方面，工作经验丰富，服务过的客户有三星、浦项制铁公司、乐天、LG、NHN、第一企划、联合钢铁、韩亚银行、韩国花旗银行等。

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

书籍目录

第一章 乐天 为人们创造甜蜜世界 梦想富裕的世界 / 2 我是绝不会涉足军工业的！ / 5 实现远大的理想，从最擅长的领域开始 / 7 充满甜蜜味道的“乐天” / 9 牛步万里实现的梦想 / 11 最努力，才能做到最好 / 13 开启韩国酒店业新纪元 / 15 保持热情的温度 / 17 引领生活新风潮 / 19 365天的室内主题公园 / 21 如果不能做市场的领导者，那就开创新的市场吧！ / 23 让顾客成为真正的主人 / 25 为顾客带来最大的满足和欢乐 / 26 销售回忆和情感 / 29 乐天电影院 甜蜜的梦的空间 / 30 以开放的思想、充分的交流，率先满足顾客的需求 / 32 不断产生新的创意，做与众不同的企业！ / 34 30年 伴随着“粉丝”的爱，一路走来 / 35 在胜利和挫折中成长的乐天巨人队 / 37 黄色塑料袋 承载着球迷们的爱 / 38 韩式快餐抓住你的味蕾 / 40 Timelyhit的代名词 乐天 / 41 快餐 引领健康风潮 / 43 提升顾客感知的服务价值 / 44 第二章 以最好的服务回报顾客 乐天 给予消费者最大的信赖 / 48 遵守原则，固守根本 铸就企业辉煌 / 50 离顾客近一些，更近一些 / 54 失败也是一种前进 / 57 小而实的服务 / 59 退货先退款 / 60 竖起耳朵 聆听顾客的不满 / 62 理解顾客的心情 / 64 “芝麻粒”服务理念 带给顾客最大满足 / 67 顾客才是企业真正的主人 / 69 逛超市的代表理事 / 71 破碎的玻璃，即使一尺裂痕也不允许 / 74 多么热情的人啊 / 76 巧妙跨过保守观念的围栏 / 78 不停地提出问题，一点点进行改善 / 80 多问“为什么”，发现问题的本质 / 81 一丁点小的改善也能提高竞争力 / 85 第三章 发挥合作的无穷威力 创造共赢的网络 / 92 对“不实经营”说No！ / 93 双赢 克服危机的灵丹妙药 / 94 合作提高彼此的竞争力 / 96 协作 创造价值的魔法公式 / 99 跨越领域的界限，扩展视野！ / 101 相互信赖 实现合作的基础 / 104 紧密的合作带来最高的顾客满意度 / 105 要想路走得长远，须结伴同行 / 107 企业和员工是一条船上的共同体 / 109 “家庭式经营” 克服危机的原动力 / 112 首先抢救烤箱 / 114 集体的力量 化危机为成功 / 117 乐天 群星的天空 / 120 将怀旧情怀与数码结合 / 121 小的想法改变市场局势 / 124 成为企业首位推特营销家的新员工 / 127 向人才投资 / 130 乐天 员工的“铁饭碗” / 133 发掘并培养人才 / 134 能够让女性发挥力量的职场 / 137 第四章 向着富裕的未来前进 热情主导变化的原动力 / 146 从塑料大棚找到解决之道 / 147 创造品牌居住空间 / 149 适当主义不可取 / 152 以创新超越领跑者 / 157 提高逆商指数 / 158 15亿韩元的教训 / 161 想引领变化？去实地考察吧！ / 166 比别人提前半步 / 167 在现场和员工沟通的领导力 / 171 是交流，不是视察 / 173 向“消费者零不满”大胆挑战 / 174 从冷门货变身为每小时销售4亿韩元的大热商品 / 176 乐天的革命静悄悄 / 177 引导革命的主力 职业经理人 / 179 乐天公司的“仪表盘”经营系统 / 182 梦想着第二次的飞跃 / 184 摆脱小气鬼的形象 / 188 走向全球化的乐天，用差别化和速度取胜 / 191 符合全球化市场潮流的乐天 / 192 在自己最擅长的领域积聚力量 / 196 不出口半导体，出口超市、百货商场和酒店 / 198 在危机时大胆投资寻求突破 / 201 用可持续经营追求共同体的利益 / 203 比起现在更要重视未来，为了未来对社会投资 / 204 实践企业社会责任 / 206 只有受到消费者喜爱的企业才能够取得成功 / 207 后记 重视根本，用热情去创造，打开创新之路 乐天年谱 / 215

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

章节摘录

版权页： 在开发部门绞尽脑汁开发新产品的同时，营销部门对手握最终选择权的消费者进行了细致入微的市场调查，找到目标人群，并对特定年龄段的人专门定制了营销方案。战略部门在分析七星现状后，也在较弱的方面寻找目标公司，做好收购和重组的工作。乐天七星公司在面对危机时，并没有通过紧缩经营来应对，而是通过各部门的通力协作从根本上提升了企业的竞争力。最终，在计划实施后的3~4年内，乐天七星公司的年销售额竟达到了1.3万亿韩元，不仅弥补了损失，还比外汇危机时的销售额增加了一倍。如果乐天只是为了在短时间内挽回损失进行裁员和压缩成本的话，现在会是什么样子呢？那可能就看不到各部门员工通力协作共同克服危机的样子，更别提什么新产品的研制开发了。只能是在消极中渡过难关，却没有真正提高企业的实力。企业在面对这样的问题时，各部门的合作是十分重要的。如果能有效地整合员工们的智慧，就没有什么解决不了的难题。如果要最有效地找出解决方案，提供平台使员工们能够各抒己见是最为关键的，有时候，范围还可以再扩大，利用全社会的脑力协助解决问题。加拿大一金矿企业因为矿产开发殆尽，又负担不起巨额的矿产管理费用，已经处在破产的边缘。在这种危急关头，企业尝试了很多办法扭转局面，更换了CEO，并且发现了一条黄金储藏量惊人的矿脉。但是持续搜寻了一年都没能找到正确的位置，一下又陷入危机之中。这时，该企业的CEO偶然听了一堂Linux开发人林纳斯·托瓦兹的演讲，被他演讲中所说的“集团合作的力量”，震惊了。他当场决定把公司掌握关于金矿位置的一切保密信息都公开到网上，并给予能明确说出金矿位置的人数十万美元的奖金。紧接着，令人瞠目的事情发生了，知道这个消息的很多地质学家、数学家甚至军人，展开了激烈的讨论和仔细的研究，最终判断出金矿的准确地点。在他们所提供的地点中，有80%在开采后都发现了相当数量把一个破产边缘的公司瞬间变成市值数十亿美元的公司的力量，就是我们所说的集体智慧的力量。如果这个公司没有放开视野，依赖集体的智慧，恐怕早就已经破产了。这种集体智慧的力量就是我们所说的wikinomics。

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

后记

我觉得能和乐天结缘无疑是我人生的一大幸事。要是没有这个机会，我恐怕就无法真正了解乐天。通过我对乐天的了解，我发现乐天身上的潜力比起现在取得的那些成果来说还是太不为大家所知了。乐天除了在食品、流通、观光业之外，还在重化工业、建筑业、机械制造业，甚至是移动通信方面也有鲜为人知的发展。乐天的这些子公司进军海外市场的消息也是近来才开始见诸报端的。在此之前，我也为很多优秀的企业做过咨询工作，而且因为有在国际知名咨询公司工作的经验，不光韩国国内，很多海外优秀企业的案例我也都分析过。我见证过很多企业的起落，也分析过很多企业。乐天并不例外，乐天走到今天也不是一帆风顺。但是，能把失败当作一种财富的经营理念，在最擅长的地方积聚力量开始全新挑战的经营理念，尊重员工的经营理念，使得危机都迎刃而解了。乐天成功的背后有5why、kaizen和lean经营原则做支撑。但这些并不是单纯效仿，因为在这些原则的创始者——丰田都已经开始走下坡路时，乐天却仍保持上升态势。乐天引入丰田的经营模式，并不是单纯加以模仿，而是进行独立的创新，进行升级和改造。我们前面所讲的韩国佳能的CCO和乐天玛特的lean经营就是在引进的基础上，考虑到企业生态的创新。我一直在密切关注现在市场的变化，特别是全世界的经济结构：从产业化变成知识型产业，到现在的智能时代。当今的经济结构调整已不光是领域的变化，还有企业社会责任的变化，原先“胜者独食”的企业已经不存在了。对于市场的变革，我在第一现场深有体会。不仅仅是我有这样的感受，相信每个人都能感受到市场日新月异的变化。现在韩国国内的企业也继续奋发。那些满足于韩国国内市场的企业更要谋求出路，搭上改革的列车。如果在安逸休息的车站下车的话，那么被淘汰的命运将无法避免。而且，这场旅行不是一个人的旅行，而是和合作企业、所有成员的集体旅行。我在做咨询和写书过程中发现了乐天在不被我们熟知的其他领域取得的成功。因为有着去华求实、不畏挑战的企业精神，向海外市场不断扩张的乐天的未来是光明的。我们都看到了一个实在的乐天，一个在发展的道路上不畏艰险的乐天，一个全面履行自己社会责任的乐天。乐天是一个乐天人追求梦想和价值的地方，是值得信赖和托付的企业。乐天在不断的摸索中前进。在这里工作，既能感受到成功的喜悦，又能发挥创意，引领下一个市场潮流，是求职者梦寐以求的理想企业。能够看到未来的企业是一定会成功的，如果企业领导和员工都能够看到未来，不拘泥于眼前，那么企业也就有了可持续经营的基础。日本软银创始人——孙正义曾说过：“不要只看眼前的近物，那样会感到眩晕，多看看几百公里以外的地方吧！”

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

媒体关注与评论

过去的几年里，我一直在乐天给员工们做培训。让我感受最深的，就是乐天的员工们对企业的热爱和对工作的自豪感。这是乐天最大的过人之处，也是乐天能够发展到如此规模的原动力。——韩国延世大学教授申东焯本书详细讲述了乐天鲜为人知的创业史和发展史，以一个咨询师的视角，娓娓道来企业最真实的成长历程。对于那些渴望了解企业实际经营情况的人来说，这本书不得不读。——韩国天主教大学教授李东宪本书通过真实案例，详细展示了乐天高速发展的秘诀。本书的主角并不是创业者或者CEO，而是热爱乐天、和乐天同甘共苦一路走来的员工们。他们的故事感人、有趣，值得一读。——韩国高丽大学教授朴赞束

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

编辑推荐

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》揭秘了乐天集团保持超高速发展的原动力！“三无经营”指的是：“行业视野无界限”+“跨国经营无止境”+“员工发展无瓶颈”正是这一理念助力乐天突破零食制造企业发展的局限，迅速成长为韩国排名第五的企业集团！

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

名人推荐

过去的几年里，我一直在乐天给员工们做培训。让我感受最深的，就是乐天的员工们对企业的热爱和对工作的自豪感。这是乐天最大的过人之处，也是乐天能够发展到如此规模的原动力。——韩国延世大学教授 申东焯 本书详细讲述了乐天鲜为人知的创业史和发展史，以一个咨询师的视角，娓娓道来企业最真实的成长历程。对于那些渴望了解企业实际经营情况的人来说，这本书不得不读。——韩国天主教大学教授 李东宪 本书通过真实案例，详细展示了乐天高速发展的秘诀。本书的主角并不是创业者或者CEO，而是热爱乐天、和乐天同甘共苦一路走来的员工们。他们的故事感人、有趣，值得一读。——韩国高丽大学教授 朴赞束

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

精彩短评

1、恰好看了《开讲啦》董明珠和新加坡校长的对话。新加坡校长说了一句经典的话，小国的市场有限，能够投入创新成本有限。会限制创新。乐天的成长史以顾客为核心，覆盖了太多的产业，多元化道路上任何一个部门有问题将让品牌价值受损。而朴槿惠上任的时间里，财团想通过公众事件弹劾总统，而总统通过逃税的罪名对峙财团。乐天也没有逃过这场争斗，副会长选择了揽责自杀。韩国民主30年，成就了财团专权，逃税和腐败会让贫富差距拉大。期待这场政治和财团的大战！

2、走进乐天世界~

3、感觉乐天的企业文化有点像海底捞。这本书的第二章名字就是“以最好的服务回报顾客”，它更宣称“顾客才是企业真正的主人”，这一点感觉跟海底捞很像。书中讲到这样一个例子“退货先退款”。我们可能都有在淘宝等电商购物的经历。如果对买到的商品不满意一般会选择退货。就多数情况下，只有我们先将货品退回去才能收到退款。而乐天却开了退货先退款的先河。这一点不得不让我们佩服。我们可能有各种各样的理由阻止这一策略在自己企业内实施。

4、浮于表面，没有深度。

5、讲述了乐天的经营理念和经营策略，用户至上，体验先行。

6、居然无法看完

7、样书审读

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

精彩书评

1、感觉乐天的企业文化有点像海底捞。这本书的第二章名字就是“以最好的服务回报顾客”，它更宣称“顾客才是企业真正的主人”，这一点感觉跟海底捞很像。书中讲到这样一个例子“退货先退款”。我们可能都有在淘宝等电商购物的经历。如果对买到的商品不满意一般会选择退货。就多数情况下，只有我们先将货品退回去才能收到退款。而乐天却开了退货先退款的先河。这一点不得不让我们佩服。我们可能有各种各样的理由阻止这一策略在自己企业内实施。

《乐天传奇"三无经营"创造商业神话》

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