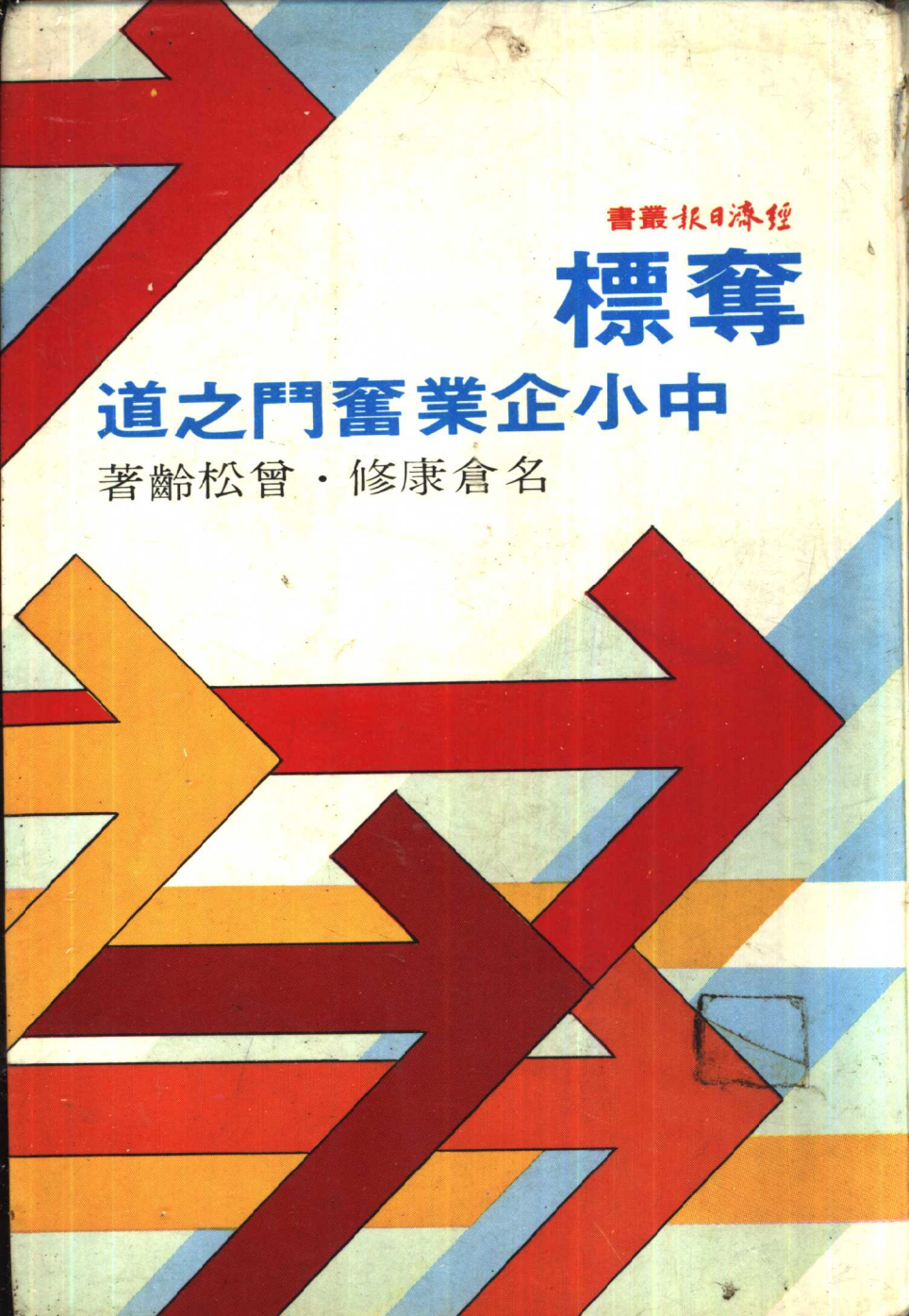




書叢報日濟經

標奪

道之門奮業企小中

著齡松曾・修康倉名

經濟日報叢書

奪標

中小企業奮鬥之道

名倉康修・曾松齡合著

印翻禁·權版有

經濟日報創刊十三周年紀念叢書

奪標——中小企業奮鬥之道

著者 名 倉 康 齡 修

發行人 王 必 立

出版者 經 濟 日 報 社

新聞局登記證局版臺報字〇〇二七號

總經理 聯 經 出 版 事 業 公 司

臺北市忠孝東路四段五五七號

郵政劃撥帳戶一〇〇五五九號

電話：七〇七四一五一、三

印刷者 永 裕 印 刷 廠

定價：新臺幣六十元

中華民國六十九年四月初版

中華民國七十一年五月新一版

高序

八〇年代是一個充滿激烈競爭與層層挑戰的時代，也是一個大型企業更易取得有利情勢的時代。

中小企業如何在重大壓力下獲得生存，不僅出人頭地而且頭角崢嶸，是每一位經營者的最大難題。

面對著較之從前任何時候都更加變化莫測的市場，如果仍然固守著諸如「刻苦耐勞」這些傳統的經營法則，無異不求進步，自甘淘汰。

「創新，唯有不斷的在經營的理念與方法上創新，才是保持企業加速成長的原動力」，「世界上最大的未開發地區，就在你的帽子底下」，帽子底下有著取之不盡用之不竭的

能源，能迸發出智慧火花的腦力。

「消費者是王」(Consumer is the King.)，不管時代怎樣變換，有些事情就如同日昇日落一樣的永遠不會改變的。「創造並滿足顧客的需要」「比顧客更加了解顧客的心理」……等等，是每一位懂得開發並應用腦力的企業經營者應該謹記的。畢竟，八〇年代是個消費導向的時代。有時，消費者不僅是王，簡直就是上帝。誰又能違背上帝的旨意呢？

針對消費者的需求，以嶄新的觀念來管理企業與開拓市場，在這方面，「經濟大國」日本的中小企業有許多值得我們借鏡之處。日人名倉康修與有傑企業管理顧問公司負責人曾松齡先生合著的「李標——中小企業奮鬥之道」，就是為我們推介這些「借鏡」的一本書。

曾經在經濟日報副刊連載的「李標」八十篇小方塊中，曾先生融匯其指導國內十餘家大小公司的多年經驗，以及歷次赴日考察觀摩所吸取的新知，以淺顯平易的文字，透過一個個新穎獨到的實例，對頗具創意的企業經營與管理做了深入淺出的剖析。

不論是什麼行業的人，我們總能或多或少地從成功的事例中得到啓示，我們也能將這些啓示化為日後行動的助力。

「奉標」是一本不可多得、值得再三細讀的好書。

我很樂意為這樣的一本書寫序。

高清愿

民國六十九年四月二十日

自序

今年是自強年，也是中小企業「升級」的關鍵年。

企業界要升級，最主要的是經營者觀念要改變，有了觀念的改變始有行動上的改變；也才有習慣上的改變、自然豐碩的成果也會跟着出現。

大家都知道「蛇之蛻皮是從頭開始」，而在目前日本盛行的企業人精神教育裏，也普遍存有一個口號——「員工訓練一小時，幹部訓練三小時，而經營者就需訓練十小時」，可見一個企業的蛻變成長，經營者觀念的改變，實有無比的重要。

松齡與日本企管專家名倉康修合著「奉標」（中小企業奮鬥之道）舉了許許多多的實例亦在供經營者參考，並祈望經營者因而能有一連串的改变，進而達到企業升級的最終目的。

曾松齡

奪標——中小企業奮鬥之道

名倉康修 曾松齡同撰 民國69年 臺北市
經濟日報社印行

[11]167面 19公分

(經濟日報叢書，經濟日報創刊十三周年紀念叢書)

民國71年第2次印行

聯經出版事業公司總經銷

I. 名倉康修撰 II. 曾松齡撰

494

8666

71

NT\$ 60.00

目錄

高序

自序

中小企業奮鬥之道……………二

業績倍增的途徑……………四

集中火力・重點攻擊……………六

防止銷售上的浪費……………八

治療偏食惡習……………一〇

食多不化・貨真專精……………一二

改變經營方式……………一四

異業合作別有妙處·····	一六
守、破、離三字訣·····	一八
舊產品賦予新面貌·····	二〇
把握銷售對象·····	二二
出奇招打開產品知名度·····	二四
開發不太花錢的宣傳媒體·····	二六
訂定今後方針與策略·····	二八
善爲利用商業情報·····	三〇
知己知彼·····	三二
勿放棄吸收新知的機會·····	三四
挨戶推銷、併肩作戰·····	三六
搭檔商法·····	三八
旅遊研修會·····	四〇
高貴用品大眾價格·····	四二

劍及屨及開發新產品·····	四四
借人一臂之力·····	四六
確立自己的經營哲學·····	四八
員工運動也是業務·····	五〇
紅電話節約能源·····	五二
提高員工的素質·····	五四
輔助公司員工進修·····	五六
截長補短壯大自己·····	五八
海外研修吸取新知·····	六〇
儲備人才·····	六二
為高年員工謀出路·····	六四
將顧客組織化·····	六六
社外董事促進業務·····	六八
忽略小事·誤了大事·····	七〇

當老板要從大處著眼·····	七二
借助他人之力突破瓶頸·····	七四
全天候服務顧客·····	七六
「加油津貼」激勵士氣·····	七八
將人事作適度的輪調·····	八〇
憑熱忱拓展貿易·····	八二
家族經營很難壯大·····	八四
售後服務不可或缺·····	八六
無爲而治的「人性管理」·····	八八
勞資雙方的管道要暢通·····	九〇
利用退休人員協助營運·····	九二
運用高齡人力·····	九四
幹勁十足起做振衰·····	九六
成功的企業教育·····	九八

節約不是刻薄	一〇〇
Q—UP作戰計畫	一〇二
供貨十分迅速	一〇四
力求滿足客戶	一〇六
「松下精神」	一〇八
動腦筋與服務	一一〇
啤酒廠兼做飼牛業	一一二
突擊隊挨戶訪問推銷	一一四
企業經營要日日新	一一六
了解市場供需情形	一一八
發展多角化企業	一二〇
以成果論英雄	一二二
不同產品聯合銷售	一二四
企業經營要攻守兼備	一二六

只賣專業書的公司·····	一二八
降低管理成本·····	一三〇
共同配送一舉數得·····	一三二
少數精銳主義·····	一三四
爲消費者著想·····	一三六
鼓舞員工士氣·····	一三八
開發新產品致富·····	一四〇
士氣與工作意識·····	一四二
頭腦運動會·····	一四四
自主管理活動委員會·····	一四六
推行品管圈活動·····	一四八
東芝員工深山修煉·····	一五〇
運用「高歷人力」·····	一五二
提高營業人員的素質·····	一五四

「百人定員」	一五六
與幹部併肩作戰	一五八
舉行朝會激勵士氣	一六〇
保持面對面的接觸	一六二
重視員工語言教育	一六四
拋却「人情幹部」	一六六

經濟日報叢書

奪標

——中小企業奮鬥之道

名倉康修・曾松齡合著

中小企業奮鬥之道

青年創業是自由經濟體制下的特色之一。

但是，除了少數得天獨厚或依附其兄長之餘蔭、順利成長者外，多數的創業青年都是處於並不十分順暢的環境。

事實上，這也正反映了今天衆多中小企業的經營實況；他們本身對所經營的事業充滿了希望，卻又感覺到經營路程的坎坷不平。

不過，愈是坎坷愈能嚐盡奮鬥的滋味，同時，別忘了：「做爸爸的也有度過兒子的歲月」。

因此，中小企業儘管缺乏充裕的資金、堅實的產銷途徑，只要肯用心盡力，加上「經營得法」，也能在強勁的對手前，佔得市場一席之地。

就中小企業而言，所謂得「法」，綜言之不外：集中火力、重點攻擊、善用人緣關係以及如何身先