

# 世界 名企

□宇宙无限，生有穷时；  
知识无界，学无涯际。□

□北京未来新世纪教育科学研究所/编

14

学 无 涯 丛 书

远方出版社

学无涯丛书

# 世界名企

北京未来新世纪教育科学研究所 编

远方出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

世界名企/北京未来新世纪教育科学研究所编. —呼和浩特:  
远方出版社, 2005. 11(2007. 4 重印)

(学无涯丛书)

ISBN 978-7-80723-112-7

I. 世... II. 北... III. 企业—简介—世界 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 039891 号

学无涯丛书

## 世界名企

- 
- |       |                                                  |
|-------|--------------------------------------------------|
| 编 者   | 北京未来新世纪教育科学研究所                                   |
| 责任编辑  | 王月霞                                              |
| 封面设计  | 晓晓                                               |
| 出版发行  | 远方出版社                                            |
| 社 址   | 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号<br>(电话 0471-4919981 邮编 010010) |
| 经 销   | 新华书店                                             |
| 印 刷   | 廊坊市华北石油华星印务有限公司                                  |
| 开 本   | 850×1168 1/32                                    |
| 印 张   | 80                                               |
| 字 数   | 900 千字                                           |
| 版 次   | 2007 年 4 月第 2 版                                  |
| 印 次   | 2009 年 3 月第 2 次印刷                                |
| 印 数   | 2000                                             |
| 书 号   | ISBN 978-7-80723-112-7                           |
| 总 定 价 | 336.00 元(共 20 册)                                 |
- 

远方版图书, 印装错误请与印刷厂退换

## 再版说明

《学无涯丛书》是北京未来新世纪教育科学研究所组织编写的一套综合知识丛书。主要供中学生课外阅读。

为了更好的适应中学生读者的阅读口味,增强他们的阅读兴趣,保持《学无涯丛书》生命力,我们即时对这套书进行了修订。修订版主要做了以下几个方面的工作:

一、调整丛书册数。对原来 80 册一套的《学无涯丛书》进行了分类整合,删去了一些专业性太强,不适合中学阶段阅读的篇章,调整为现在的 20 册一套。

二、订正数据。对丛书中的数据进行了进一步的调查核实,对过时的数据进行了更新,确保了数据的准确性和时代性。

三、丰富内容。增加了一个知识链接板块,插入了大量图片。

《学无涯丛书》自出版以来一直受到广大中学生朋友的关注,这是鼓励我们不断努力、追求完美的巨大动力,欢迎大家对修订版《学无涯丛书》提出宝贵的意见。

编 者

# 前言

古人说“读万卷书，行万里路”，强调的是知识的扩展性要与实践紧密地联系起来。中学生以学习为主，他们要扩大自己的知识面，只能有选择性的博览群书。在浩瀚的知识海洋中，选择最适合他们读的书。那么什么样的图书才适合青少年阅读呢？什么样的图书才称得上是好书呢？什么样的课外读物才能更好的辅助课堂教学呢？针对这些问题我们进行了深入的思考和研究。一方面好的课外读物应该是对课堂内知识的补充，它是课堂的外延；另一方面要有利于提高青少年的素质，让他们开阔视野，增长见识，提高社会适应能力，从而架起由学校通往社会的桥梁。

本着为中学生提供精品读物的原则，我们根据他们的认知特点编纂了这套《学无崖丛书》。本套丛书共 20 本，内容丰富，知识面广，涉到世界上最著名的人文积累，如：名人、名画、名曲……最动人的自然景观，如：名川、名花、名山……丛书语

言优美,通俗易懂,并配有大量优美的插图配合阅读。是中学生读者不可多得的一部好书。

出好书是我们的追求,也是我们在当前大力提倡素质教育的环境下应尽的社会责任。但是由于时间仓促,能力有限,书中难免有瑕疵,请各位读者提出宝贵意见,那将是我们最大的荣幸。

编者

# 目 录

|                |     |
|----------------|-----|
| 中国名企 .....     | 1   |
| 海尔集团 .....     | 1   |
| 华为集团 .....     | 29  |
| 蒙牛乳业集团 .....   | 71  |
| 外国名企 .....     | 88  |
| 美国通用汽车公司 ..... | 88  |
| 日本丰田汽车公司 ..... | 102 |
| 福特汽车公司 .....   | 109 |

# 中国名企

## 海尔集团

海尔集团是世界第四大白色家电制造商,也是中国电子信息百强企业之首。旗下拥有 240 多家法人单位,在全球 30 多个国家建立本土化的设计中心、制造基地和贸易公司,全球员工总数超过 50 000 万人,重点发展科技、工业、贸易、金融四大支柱产业。2005 年,海尔全球营业额实现 1 039 亿元(128 亿美元)。

2005 年 12 月 26 日,海尔集团创业 21 周年之际,海尔启动第四个发展战略阶段——全球化品牌战略阶段。海尔品牌在世界范围的美誉度大幅提升。1993 年,海尔品牌成为首批

## 学无涯丛书

中国驰名商标;2005年,海尔品牌价值高达702亿元,自2002年以来,海尔品牌价值连续4年蝉联中国最有价值品牌榜首。海尔品牌旗下冰箱、空调、洗衣机、电视机、热水器、电脑、手机、家居集成等16个主导产品被评为中国名牌,其中海尔冰箱、洗衣机还被国家质检总局评为首批中国世界名牌。2005年8月30日,海尔被英国《金融时报》评为“中国十大世界级品牌”之首。海尔已跻身世界级品牌行列,其影响力正随着全球市场的扩张而快速上升。

海尔有9种产品在中国市场位居行业之首,3种产品在世界市场占有率居行业前三位,在智能家居集成、网络家电、数字化、大规模集成电路、新材料等技术领域处于世界领先水平。在国际市场彰显出发展实力。“创新驱动”型的海尔集团致力于向全球消费者提供满足需求的解决方案,实现企业与用户之间的双赢。目前,海尔累计申请专利6189项(其中发明专利819项),拥有软件著作权589项。在自主知识产权基础上,海尔还主持和参与了近百项国家标准的制订、修订工作,其中,海尔热水器防电墙技术、海尔洗衣机双动力技术还被纳入IEC国际标准提案,这证明海尔的创新能力已达世界级水平。

在创新实践中,海尔探索实施的“OEC”管理模式、“市场链”管理及“人单合一”发展模式均引起国际管理界高度关注,目前,已有美国哈佛大学、南加州大学、瑞士IMD国际管

理学院、法国的欧洲管理学院、日本神户大学等商学院专门对此进行案例研究,海尔“市场链”管理还被纳入欧盟案例库。海尔“人单合一”发展模式为解决全球商业的库存和逾期应收提供创新思维,被国际管理界誉为“号准全球商业脉搏”的管理模式。

面对新的全球化竞争条件,海尔确立全球化品牌战略、启动“创造资源、美誉全球”的企业精神和“人单合一、速决速胜”的工作作风,挑战自我、挑战明天,为创出中国人自己的世界名牌而持续创新!

海尔集团创立于1984年,22年来持续稳定发展,已成为在海内外享有较高美誉的大型国际化企业集团。产品从1984年的单一冰箱发展到拥有白色家电、黑色家电、米色家电在内的86大门类13 000多个规格的产品群,并出口到世界160多个国家和地区。2002年,实现全球营业额723亿元,实现海外营业额10亿美元。

海尔集团坚持全面实施国际化战略,已建立起一个具有国际竞争力的全球设计网络、制造网络、营销与服务网络。现有设计中心18个,工业园10个(其中国外2个,分别位于美国和巴基斯坦;国内8个,其中5个在青岛,合肥、大连、武汉各有一个,海外工厂13个)。营销网点58 800个,服务网点11 976个。在国内市场,海尔冰箱、冷柜、空调、洗衣机四大主导产品的市场份额均达到30%左右;在海外市场,海尔产品

## 学无涯丛书

已进入欧洲 15 家大连锁店的 12 家、美国 10 家大连锁店的 9 家。在美国、欧洲初步实现了设计、生产、销售“三位一体”的本土化目标。海外 13 个工厂全线运营。随着海尔国际化战略的推进,海尔与国际著名企业之间也从竞争向多边竞合关系发展,2002 年 1 月 8 日、2 月 20 日分别与日本三洋公司和台湾声宝集团建立竞合关系,实现优势互补、资源共享、双赢发展。

2002 年 3 月 4 日,海尔在美国纽约中城百老汇购买原格林尼治银行大厦这座标志性建筑作为北美的总部,此举标志着海尔的三位一体本土化战略又上升到新的阶段,说明海尔已经在美国树立起本土化的名牌形象。

海尔在海外美誉日渐扩大:据全球权威消费市场调查与分析机构 EUROMONITOR 最新调查结果显示,海尔集团目前在全球白色电器制造商中排名第五,海尔冰箱在全球冰箱品牌市场占有率排序中跃居第一。2002 年 12 月 26 日出版的美国《远东经济评论》公布亚太最佳企业排名,海尔位居中国最佳企业第一名。2003 年 1 月,英国《金融时报》发布了 2002 年全球最受尊敬企业名单,海尔雄居中国第一名。1999 年 12 月 7 日,英国《金融时报》评出“全球 30 位最受尊重的企业家”,其中张瑞敏荣居第 26 位。

为应对网络经济和加入 WTO 的挑战,海尔从 1998 年开始实施以市场链为纽带的业务流程再造,以定单信息流为中

心带动物流、资金流的运动,加快了与用户零距离、产品零库存和零营运成本“三个零”目标的实现。业务流程再造使海尔在整合内外部资源的基础上创造新的资源,目前,海尔物流、商流、制造系统等都已在全球范围内开始社会化运做。2002 年海尔创造新的资源,在家居、通讯、软件、金融等领域大展身手。

海尔在管理和企业文化上的创新与贡献也引起世界管理界的关注与高度评价,目前,海尔已有十多个案例分别被收进哈佛大学、欧洲工商管理学院、瑞士洛桑国际管理学院等世界著名学府的 MBA 案例库,成为全球商学院的通用教材。

海尔的发展主题是创新、速度、SBU,3 万名海尔人正在努力成为人人自主经营的 SBU。

### 经营管理大师——张瑞敏

张瑞敏,男,汉族,1949 年 1 月 5 日出生,山东省莱州市人,高级经济师,1995 年获中国科技大学工商管理硕士学位,现任海尔集团党委书记、董事局主席、首席执行官。

张瑞敏是中共十四大、十五大、十六大代表,2001 年,张瑞敏荣获全国优秀共产党员称号。2002 年 11 月,在党的十六次全国代表大会上,张瑞敏光荣地当选为第十六届中央委员会候补委员。

1984 年,张瑞敏由青岛市原家电公司副经理出任青岛电

## 学无涯丛书

冰箱总厂厂长。他确立了“名牌战略”思想,带领员工抓住机遇,加快发展,创造了从无到有、从小到大、从弱到强的发展奇迹。18年来,海尔集团已由一个亏空 147 万元的集体小厂,发展成为 2002 年全球营业额 711 亿元的中国第一品牌,并在全世界获得越来越高的美誉度。

在管理实践中,张瑞敏将中国传统文化精髓与西方现代管理思想融会贯通,“兼收并蓄、创新发展、自成一家”,创造了富有中国特色、充满竞争力的海尔文化。从“日事日毕、日清日高”的 OEC 管理模式到每个人都面向市场的 SST 市场链管理,张瑞敏在企业管理上的不断创新赢得了世界管理界的高度评价。1998 年以来,张瑞敏先后应邀登上哈佛大学、瑞士国际管理学院、哥伦比亚大学、沃顿商学院等世界一流大学的讲坛。

海尔集团近几年来在海内外市场取得的突出成就尤其是张瑞敏在开拓全球市场的与众不同的思路,引起世界著名营销大师米尔顿·科特勒的关注。2001 年 8 月 25 日,科特勒在海尔集团访问时,称赞张瑞敏“是位很优秀的中国企业英雄,海尔是一个创新的品牌”。

1997 年荣获《亚洲周刊》颁发的“1997 年度企业家成就奖”;1999 年,张瑞敏被英国《金融时报》评为“全球 30 位最具声望的企业家”第 26 名;2002 年 9 月 6 日,张瑞敏首席执行官荣获国际联合劝募协会设立的“全球杰出企业领袖奖”

和“最佳捐赠者奖”，是国内唯一获此殊荣的企业家。2003年2月14日，在中国中央电视台举办的“感动中国2002年年度人物”评选活动中，张瑞敏成为惟一获此殊荣的企业家。

张瑞敏才思敏捷，博学多才，人称“儒商”。他对待成就的哲学是“永远战战兢兢，永远如履薄冰。”他创建的海尔文化使三万海尔人迸发了极大的活力。

张瑞敏的目标是使海尔成为世界名牌。据全球权威消费市场调查与分析机构 EUROMONITOR 最新调查结果显示，海尔集团目前在全球白色电器制造商中排名第五，海尔冰箱在全球冰箱品牌市场占有率排序中跃居第一。2002年12月6日出版的美国《远东经济评论》公布亚太地区最佳企业排名，海尔位居中国最佳企业第一名。2003年1月，著名的英国《金融时报》发布了2002年全球最受尊敬企业名单，海尔雄居中国最受尊敬企业第一名。张瑞敏和他的同事们已经把一个个集体企业变成国际知名的跨国企业，使中国在世界市场舞台上有了真正优良的企业形象，并且，他们还在以持续的创新丰富这种形象，为振兴民族工业做出更大的贡献。

“海尔现象”让国人为之振奋，同时也触发了海内外传媒对“海尔真相”的深层次探究与揣度。任凭风吹浪打，海尔岿然不动。外界评论，海尔到美国去风险太大，张瑞敏则以斩截的语气回应，“如果不去风险更大！”海尔还是那个海尔，首席执行官张瑞敏的一举一动无不透着“领袖群伦”的味道。

## CEO 经典语录

1. 什么叫做不简单？能够把简单的事情天天做好，就是不简单；什么叫做不容易？大家公认的、非常容易的事情，非常认真地做好它，就是不容易。

2. 坚持每天提高 1%，70 天工作水平就可以提升一倍。

3. 企业说到底就是人，管理说到底就是借力。

4. 作为一个领导，你可以不知道下属的短处，却不能不知道下属的长处。

5. 世界上最无价的东西是人心，要赢得别人的心，只有拿自己的心去交换。

6. 企业家只有两只眼睛不行，必须要有第三只眼睛。要用一只眼睛盯住内部管理，最大限度地调动员工积极性；另一只眼睛盯住市场变化，策划创新行为；第三只眼睛用来盯住国家宏观调控政策，以便抓住机遇，超前发展。

7. 要给用户意想不到的惊喜。

8. 事前反复研究，慎之又慎；一旦做出决策，必须坚决执行，不容含糊。

9. 在新经济时代，什么是克敌制胜的法宝？第一是质量，第二是质量，第三还是质量。

10. 市场比作一块蛋糕。我们不过分地在现有市场抢占份额，而是去另创造一个市场，即另做一个蛋糕——另做一个

蛋糕独享。

11. 与狼共舞,必须自己成为狼,而且变成“超级狼”。

12. 有缺陷的产品等于废品。

13. 我们不是“居安思危”,而是“居危思进”。

14. 每一个人都是责、权、利的中心,“人人是经理,人人是老板”把每个人的潜能释放出来。

15. 我能在冬天的严酷环境中生存下来,可能我会在春天是最漂亮的。

16. 永远战战兢兢,永远如履薄冰。

17. 卖信誉,而不是卖产品。

18. 能者上,庸者下,平者让。谁砸企业的牌子,企业就砸谁的饭碗。

19. 抓反复、反复抓,抓重点、抓提高。

20. 核心竞争力是什么?我认为是在市场上可以赢得用户忠诚度的能力。

21. 在位要受控,升迁要竞争,届满要轮换,末位要淘汰。

22. 部下的素质低,不是你的责任;但不能提高部下的素质,是你的责任。

23. 说了,不等于做了;做了,不等于做到位了。

24. 对员工忠诚,员工反过来就会对你忠诚;对员工负责,员工反过来就会对你负责。

25. 上下同欲者,胜。

## 学无涯丛书

26. 在互联网时代,企业生存的关键是速度。

27. 下棋找高手。

28. 生产一代,研制一代,构思一代。

29. 有记者问“你在企业中应当是什么角色?”张瑞敏答“第一,应是设计师;第二,应是牧师。”

30. 盘活企业,首先盘活人。如果每个人的潜能发挥出来,每个人都是一个太平洋,都是一座喜马拉雅山,要多大有多大,要多深有多深,要多高有多高。

31. 所有成功的企业必须有非常强烈的企业文化,用这个企业文化把所有人凝聚在一起。上百年的企业,不知道有多少东西都变化了,惟独它的企业精神百年不变,这非常能够说明问题。所以,企业文化就是企业精神,企业精神就是企业灵魂,而这个灵魂如果是永远不衰、永远常青的,企业就永远存在。

32. “日事日毕,日清日高”的 OEC 管理模式,其含义是全方位地对每个人、每一天所做的每件事进行控制和清理,做到“日清日毕,日清日高”,每天的工作每天完成,而且每天的工作质量都有一点儿(1%)的提高。(日事日毕,解决基础管理问题;日清日高,解决速度问题)。

33. 人人是人才,赛马不相马,给每一个愿意干事的人才以发挥才干的舞台。

34. 打价值战,而不打价格战。