

世界

C 财富精英/成功之路
HENG GONG ZHI LU

盛田昭夫

经营谋略

李 珊/编译



让文凭见鬼去吧
向世界推销日本的世界先生
名牌是无价之宝
我们要做一流尖端的技术

超级跨国公司的经营神话

索尼之父

西北大学出版社

世界财富精英成功之路

索尼
之父

盛田昭夫

经营谋略



中国·西安
西北大学出版社
编译 李 珊

图书在版编目(CIP)数据

索尼之父:盛田昭夫经营谋略/李姍编译. - 西安:西北大学出版社, 2002. 8

ISBN 7-5604-1689-6

I. 索… II. 李… III. 电子工业-工业企业管理-经验-日本 IV. F431.386

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 031513 号

索尼之父——盛田昭夫经营谋略

李 姍 编译

西北大学出版社出版发行

(西北大学校内 邮编:710069 电话:8302590)

新华书店经销 郑州文华印刷厂印刷

880 毫米×1230 毫米 1/32 开本 12.5 印张 340 千字

2002 年 8 月第 1 版 2002 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-5604-1689-6/F·233 定价:26.00 元



前 言

在当今世界,索尼这个家喻户晓的品牌,是与盛田昭夫这个名字紧紧地联系在一起的。作为世界著名的企业家,更作为索尼的创始人之一,盛田昭夫具备了独特的人格魅力 and 经营智慧;他所领导的索尼作为世界十大知名品牌之一,用其尖端科技产品点亮了世人的眼眸。对那些向往着成功和财富的普通人来说,盛田昭夫就是一面鲜明的旗帜,他的成功故事将为今天的人们提供有益的借鉴。

《索尼之父——盛田昭夫经营谋略》就是这样一本详细介绍盛田昭夫一生经营智慧的经典之作。本书从盛田昭夫的人格魅力、经营智慧、管理模式、企业文化四个方面细致深入地诠释了索尼神话的秘密:盛田昭夫作为日本著名的清酒酿造者的后人,甘愿放弃优越的家庭环境。他以其独特的经营管理谋略,让索尼公司从一个只有 20 多人的街道小加工厂,历经 40 多年的不懈努力,一跃成为在全球拥有 17.5 万名职工;在世界各地共设立了 70 多家分厂;年销售额达 300 多亿美元的跨国型名牌大企业。

盛田昭夫有一句至理名言:“在进步中,索尼要为全世界服务。”数十年来,索尼永远追求未知,尽管这一道路崎岖而艰苦,但是在盛田昭夫的人格魅力的感染下,索尼人亲密和谐地团结在一起,创造了家电企业的奇迹。在盛田昭夫所倡导的企业文化里,参与创造发明是一种享受,贡献个人才智以达到目标,更是一种光



荣。为此盛田昭夫尊重并鼓励个人才智的发挥,真正做到了人人适材任用。可以说,相信个人,发展能力,将潜能发挥到极致,这就是盛田昭夫领导下的索尼产生巨大力量的源泉。

本书通过对盛田昭夫事业经历的阐述,指出了富有前瞻性的战略眼光,富有灵活性的经营谋略,富有人情味的企业文化,富有科学性的管理模式,就是盛田昭夫及他们代表的战后日本企业家成功的奥秘所在。

为了使许多人共享盛田昭夫成功经验,本书撷取了盛田昭夫的经营谋略和处事方法,并且将这些方法以生动的事例、简明的理论、系统的阐述等形式做了全面的说明,这些经验过去已被实践一次又一次的证明是正确的,而它的前瞻性和科学性在未来也将得到进一步的证实。可以肯定地说,一旦我们能够辩证地吸收以盛田昭夫为代表的日本企业家那些成功的观念和方法,我们的企业将能够真正地实现高效的运作,中国企业屹立于世界经济之林的梦想必将得到实现。



目 录

第一章 “本公司绝不抄袭伪造” (1)

索尼公司的创业纲领中明文规定:本公司绝不抄袭伪造,而专选他人今天甚至以后都不易搞成的产品。这正好诠释了该公司创始人,被称为“国际先生”的盛田昭夫的一句名言:先进的科技就是企业的生命。自始至终,索尼以科技创新取胜,所以索尼成功了。

- ☞ 未来企业家的成长
- ☞ 母爱哺育了经济巨人
- ☞ “你的选择没有错”
- ☞ 一定要干自己最擅长的
- ☞ 做传统与新潮的管理者
- ☞ 索尼不会跟在别人后面
- ☞ 我们要做别人想不到的
- ☞ 新品是怎样研制出来的
- ☞ 划时代的 G 型机出世
- ☞ 我们必须教育顾客
- ☞ 打造最新的索尼



- ☞以革新而获胜的经营方式
- ☞用新产品引导消费者
- ☞索尼永远是先锋
- ☞创造真正的图像王国
- ☞攻克“苦劳魔管”壁垒
- ☞“本公司绝不抄袭伪造”
- ☞做家电市场的开拓者
- ☞索尼开发新品的定律(上)
- ☞索尼开发新品的定律(下)
- ☞从无到有的创造
- ☞食品商剽窃“索尼”
- ☞捍卫自己产品的荣誉
- ☞要的就是“日本造”
- ☞高新企业如何做好技术管理
- ☞和新产品一起成长
- ☞为什么要空运电视机

第二章 “把公司开到外国去”

(61)

由于盛田昭夫一直致力于“把日本的索尼变为世界的索尼”这一信念,索尼才确立了“放眼世界,全力研制产品”的方针。正如公司之歌《索尼之魂》中所言:索尼是开拓者,永远向着那未知的世界探索。正是由于这个信念,盛田经常“把公司开到外国去”,使公司发展成为“世界的索尼”。

- ☞为进军世界做好准备
- ☞全球思维风格是这样形成的
- ☞“把公司开到外国去”



- ☞实现国际化经营的理念
- ☞用外国人制造产品
- ☞不是故意失窃的
- ☞如何创造经营者的乐园
- ☞在国外设立销售网络
- ☞对索尼感兴趣的广告商
- ☞索尼挂牌纽约股票市场
- ☞索尼抢占欧洲市场
- ☞敢于建立全球大市场
- ☞早日抢占国外市场
- ☞准备开拓国际市场
- ☞他是合格的外交家
- ☞重要的是把产品卖出去
- ☞在“故乡”生产产品
- ☞不断标新立异
- ☞追求属于自己的“风格”
- ☞盛田的“四步曲”
- ☞致力废除不公正的税制
- ☞推销自己的高招
- ☞让科技生根开花

第三章 “你的选择没有错”

(107)

盛田昭夫敢于冲破一出生就是社长的优越环境,与井深大成立索尼的前身——东京通信工业,这需要多大的勇气与魄力!尽管创业的道路艰难崎岖,盛田昭夫和他的索尼还是成功了。因为他的这个正确选择,世界上也就有了一位著名的“国际先生”,而不是一位日本的酿酒商。



- ☞从恶梦中醒来的人
- ☞与井深大第一次合作
- ☞绝佳搭档的产生
- ☞你该如何面对失败
- ☞第一次就能做好
- ☞冲出资金困境
- ☞安一个理想的家
- ☞人才要通过实践去发现
- ☞启用外人做总裁
- ☞盛田昭夫的八大策略
- ☞不断创造“东洋奇迹”
- ☞电器行业中的“土拨鼠”
- ☞我们也能做到

第四章 “我要 Walkman”

(135)

索尼的成功,即盛田昭夫的成功——并不只是夺得市场,而是善于创造市场。公司的这一经营理念等同于盛田昭夫一贯奉行的“用新产品引导消费者,而不是按市场需求生产产品”的宗旨,这是索尼成为今天的索尼的根本原因。

- ☞“我要这个东西”
- ☞“我想拥有一部随身听”
- ☞就是这种尺寸的录像机
- ☞信念能使你坚持下去
- ☞让企业赚取利润的策略
- ☞做和顾客要求一致的产品



- ☞一定要渡过难关
- ☞运用科技创造财富
- ☞为迎接机遇做好准备
- ☞创业纲领要冷静而实在
- ☞敢做潮流的领导者
- ☞如何发挥“秘密的优势”
- ☞“谢谢你这样做”
- ☞展示新产品的好办法
- ☞索尼经营的三个策略
- ☞索尼探梦新科技
- ☞始终走在时代的前列

第五章 “让学历见鬼去吧”

(177)

《让学历见鬼去吧》是盛田昭夫在六十年代出版的书，他在书中斥责了“名牌显能力，文凭是人才”的观点，并提出“惟才是用”的用人方针，同时把这一经营管理意识，充分融入到索尼中去，这就是盛田式的管理方法。

- ☞“让学历见鬼去吧”
- ☞“人”是一切活动之本
- ☞允许你发挥自己的才能
- ☞“我们都只有一生”
- ☞让企业充满活力
- ☞什么样的企业才是你的家
- ☞把企业当成自己的家
- ☞确定你的企业文化
- ☞营造一个宽松的工作环境



- ☞ 企业应该有独特的精神
- ☞ 发扬探索独创的精神
- ☞ 有意义的管理机制
- ☞ 解读低成本战略
- ☞ 跨国公司的“发家史”
- ☞ 科技就是企业生命
- ☞ 视商标为企业生命
- ☞ 窗口总向未知的世界打开
- ☞ 敏锐的超前意识很重要
- ☞ 广告是产品的催化剂
- ☞ 不要低估职工的才能
- ☞ 给他们展示才能的机会
- ☞ 为员工设定目标
- ☞ 企业如何选拔人才
- ☞ 如何培养企业所需人才
- ☞ 主导企业发展的因素
- ☞ 什么是企业发展的基础
- ☞ 盛田不讲学历

第六章 富有创新精神的人才

(233)

解释“革新制胜”的有力途径是：盛田昭夫笃信企业发展必须具备优秀的科技人才。重视那些与众不同、异想天开的富有创新精神的人才，是盛田昭夫独特的管理哲学。

- ☞ 重视异想天开的人才
- ☞ 盛田的欢迎致辞
- ☞ 激励员工的“招数”



- ☞促进职工努力的八大策略
- ☞培养一流员工的奥秘
- ☞为用户实现梦想
- ☞“日本制造”如何创造形象
- ☞研制与众不同的新产品
- ☞新产品必须领先一步
- ☞使产品具有魔法般的吸引力
- ☞索尼做出了三个决定
- ☞坦然面对挑战
- ☞抢滩中国市场
- ☞索尼与爱立信联手
- ☞合作关系不是金钱
- ☞日本公司的三种发展策略
- ☞索尼不是电子产品霸主
- ☞挑起新一轮音乐大战
- ☞谁是数码市场的胜者
- ☞索尼的新项目

第七章 索尼神话是这样创造的

(279)

在日本现代成功的企业中,索尼的成功是最为艰难困苦的一个,也是最为辉煌的一个。盛田昭夫以 500 美元起步,把一个仅有二十人的小街道作坊,发展成为在全球拥有十多万员工,年销售额达三百多亿美元的大型跨国公司,从而创造了一个“索尼神话”。

- ☞完不成任务别回来
- ☞你必须把彩电卖出去
- ☞录音机畅销的理由



- ☞ 他是最成功的推销员
- ☞ 索尼神话是如此创造的
- ☞ 盛田昭夫等于国际先生
- ☞ 走向辉煌的关键
- ☞ 看准市场大胆决策
- ☞ 打破传统的思维模式
- ☞ 索尼的经营战略
- ☞ 改变这种局面的途径
- ☞ 做一个有思想的管理者
- ☞ 营销是一种沟通
- ☞ 不可重大利而轻小利
- ☞ 后发制人者胜
- ☞ 追求更新的市场
- ☞ 竞争是从双赢开始的
- ☞ 精明的洞察力
- ☞ 成功的诀窍和秘方
- ☞ 创造成功的经验
- ☞ 决心说服美国佬
- ☞ 什么是“日本式经营”
- ☞ 紧急实施的一系列措施
- ☞ 侧重高科技力量
- ☞ 索尼与松下的共同之处

第八章 他是个非常完美的演员

(333)

盛田昭夫自和井深大联手创造东京通信起,一直在不断地创造着辉煌,直至1999年10月在东京病逝,可以说,盛田昭夫的一生是拼搏的一生,创业的一生,也是其灿烂的一生——本人被誉为



“国际先生”；公司被称为“索尼神话”。一个企业家能奋斗到此种境界，足矣！

- ☞ 盛田有率直的心胸
- ☞ Walkman 是怎样走向世界的
- ☞ 盛田成功的背后
- ☞ 为何放弃社长
- ☞ 他是个非常完美的演员
- ☞ 在世界各地经营
- ☞ 什么是破坏与创造
- ☞ 如何成为新文化的标志
- ☞ 变革如何成为发展的动力
- ☞ 如何实现视听新享受
- ☞ 什么是娱乐文化的商机
- ☞ 产生危机的主要原因
- ☞ 索尼与松下的鲜明对比
- ☞ 索尼三星如何争夺数字市场
- ☞ 成功的著名跨国公司
- ☞ 什么是日本现代化的典范
- ☞ 两栖俱乐部是如何诞生的
- ☞ 索尼“先生”最后的时刻
- ☞ 附：盛田昭夫生平
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(1)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(2)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(3)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(4)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(5)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(6)



- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(7)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(8)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(9)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(10)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(11)
- ☞ 盛田昭夫经营谋略每月一学(12)

第一章

“本公司绝不抄袭伪造”

索尼公司的创业纲领中明文规定：本公司绝不抄袭伪造，而专选他人今天甚至以后都不易搞成的产品。这正好诠释了该公司创始人，被称为“国际先生”的盛田昭夫的一句名言：先进的科技就是企业的生命。自始至终，索尼以科技创新取胜，所以索尼成功了。

