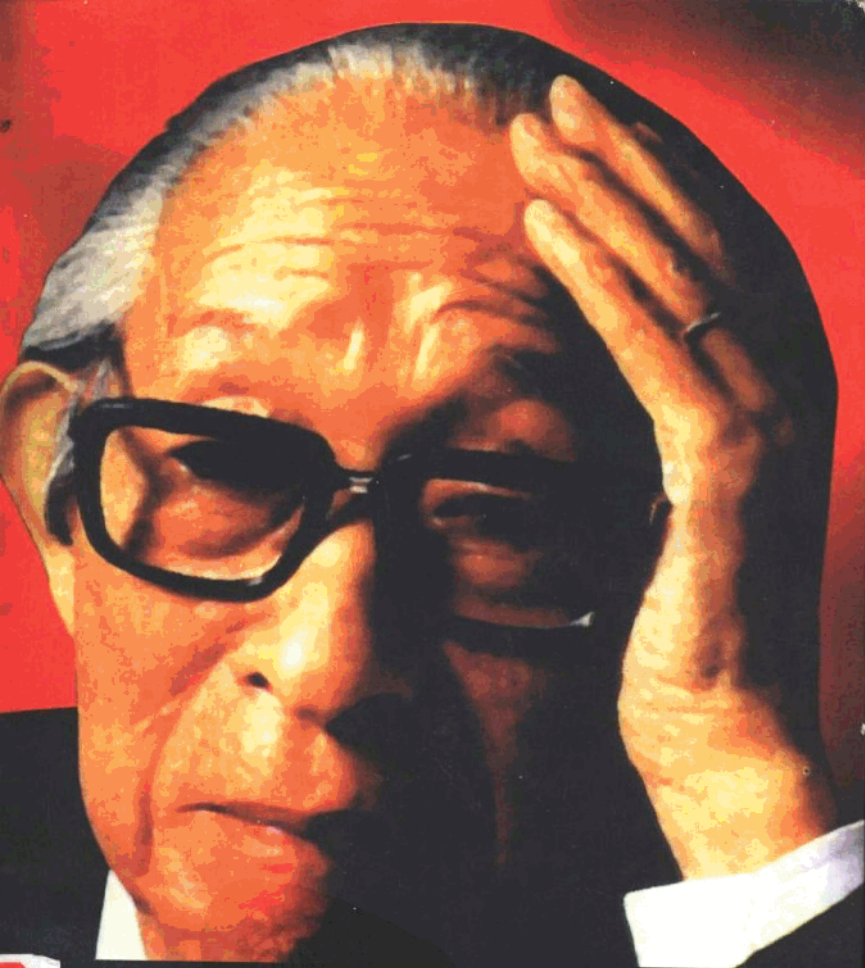




松下幸之助传

松下幸之助 著 高健峰 译

世界著名企业家传记丛

松下幸之助传

高健峰 译

山西经济出版社

(晋)新登字 4 号

世界著名企业家传记丛书⑩

松下幸之助传

松下幸之助 著

高健峰 译

*

山西经济出版社发行

新华书店经销 新华印刷厂印刷

*

开本:850×1168 1/32 印张:112 插页:160 字数:2000千字

1992年5月第一版 1996年5月修订第二次印刷

印 数:1—5000套

*

ISBN 7—80577—464—1

F · 464 全套定价:148元 本册定价:14.80元



松下电器公司创办人 松下幸之助

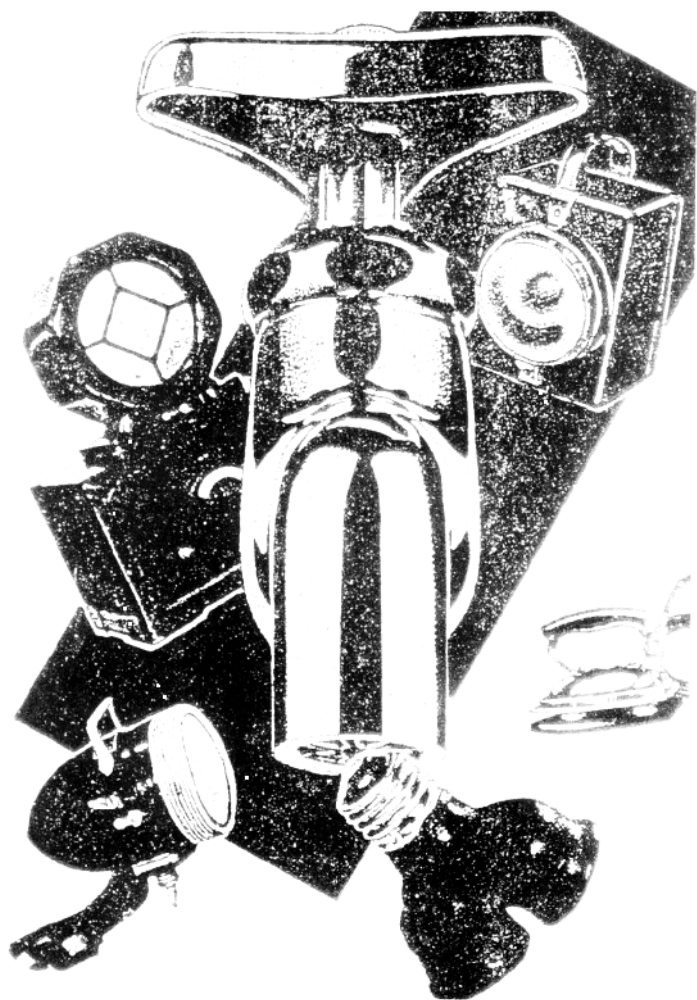
A0A73/01



一九七八年松下夫人
八十四岁生日留影



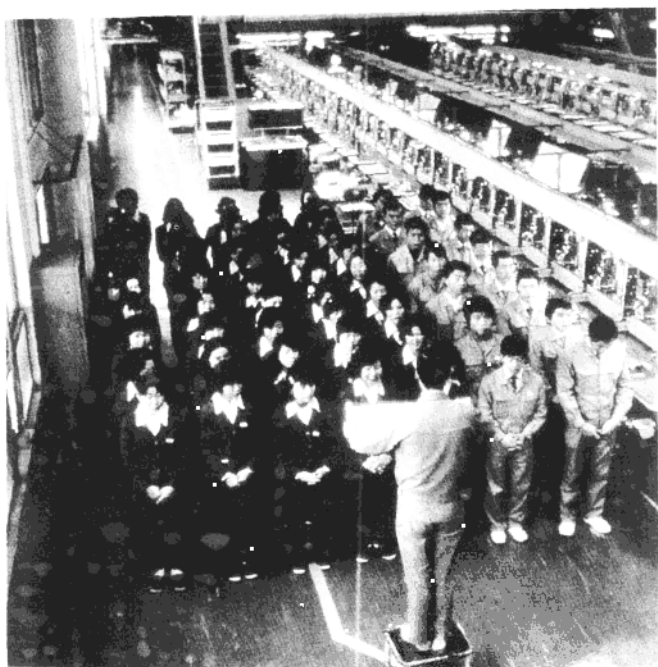
一九七〇年受勳后松下伉俪合影留念



松下电器公司创业时的产品。



松下幸之助指出，产业人对自己在做些什么的意义，应要自觉深醒。



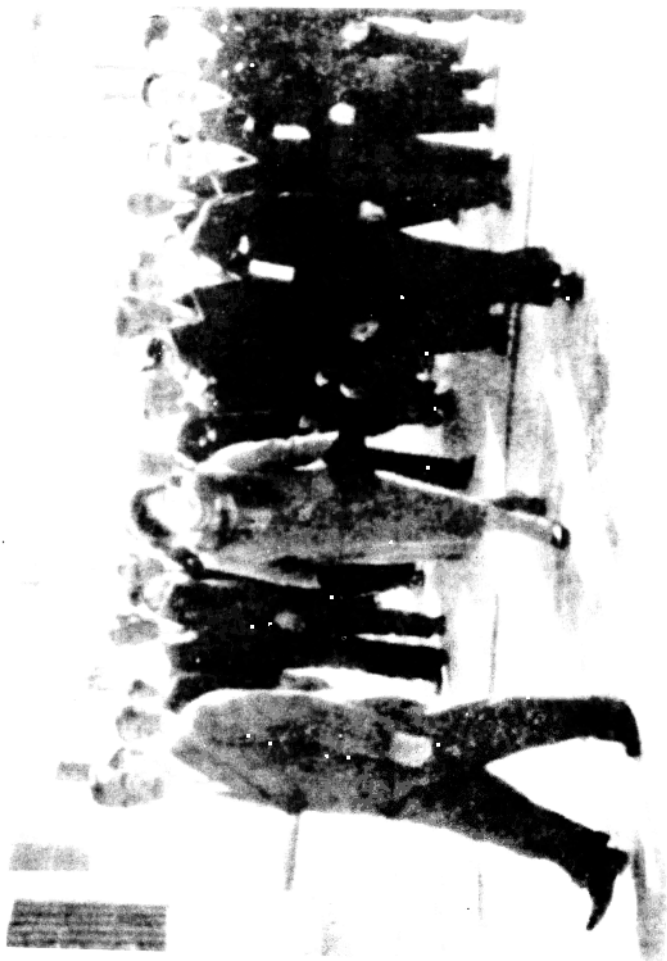
员工在上岗前聆听训戒，高唱公司发扬光大之歌。以提高企业的凝聚力。



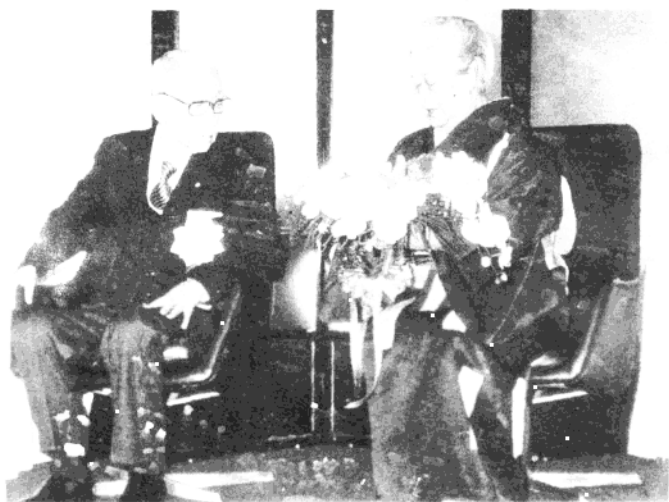
松下幸之助诞生地（现为松下公园）



诺贝尔物理奖得主汤川秀树所题字的“松下幸之助诞生地”石碑。



与飞利浦公司技术合作下建立的松下电器高规新厂。



一九七八年松下伉俪合影



松下幸之助十岁时与母亲合影



上班族时代的松下幸之助

目 录

序

第一章 国际一号 (1)

▲松下千辛万苦，研制出价廉耐用的炮弹型车灯，万万没料到，这么好的东西竟无人问津。

▲他死里求生，免费赠送，终于如炮弹炸响，从而畅销全国。

▲与总经销商山本的合作，反反复复，险些反目为仇。

▲为开发推广方型车灯，松下被迫从山本手中赎回销售权，代价一万日元！

▲松下要求电池商免费赠送 10000 个电池，吓的岗田目瞪口呆。

第二章 大恐慌 (27)

- ▲金融恐慌，经济萧条，与松下电器交往的十五银行倒闭，一下把松下推向山穷水尽的困境。
- ▲天灾人祸频频发生。松下唯一的儿子夭折，他的精神近乎崩溃。
- ▲逆水行舟，不景气中求发展，积极进取大兴土木，买下豪华奢侈的进口轿车，并为自己的行为口若悬河，理论理论……

第三章 自来水哲学 (47)

- ▲对于应付日币升值问题，松下生平力行实践“自来水哲学”。
- ▲将产品售价愈定愈低，以争取广大市场，正是日本流行的“价格破坏”。
- ▲超低的价格永远是商场致胜的利器，身为管理者，最大的使命就是讲求管理的改善，获取效益后，就有余力反应在降价上。

第四章 知命元年 (69)

- ▲产业人对于自己在做些什么的意义，应该

自觉深醒。

▲一九三二年五月五日，松下将全体员工集合在大阪中央电器俱乐部，明确地宣示了松下电器的真正使命。

▲“产业人的使命，在于克服贫乏，即是以富裕来济社会全体之贫。卖买或生产的目的不在于让商店和工厂繁荣，而是经由这些活动来使我们的社会富裕，也唯有在这一层意义与前提之下，我们的商店和工厂也才有真正的盛大与繁荣，所以，松下电器的真正使命，不在于生产，而是透过生产，让物资能‘无尽藏’，为建设一个乐土为依归。”

第五章 风云战起 (87)

▲战争风云，空狂热身不由己。

▲一九三七年“芦沟桥事变”日本的经济纳入战时体制，作为民用企业的松下电器陷入困境。

▲松下委曲求全，接受军需产品订单，并且

制造军用飞机和军用船只。

- ▲尽管战火硝烟弥漫，松下仍坚持家用电器为本的经营方向。

第六章 厌恶战争 (109)

- ▲战争使国民生产笼罩上阴影，战争把松下拖得上天入海。
- ▲战争使日本废墟遍地，粮食匮乏，物价飞涨，民不聊生。
- ▲松下电器的产品卖不出去，松下被指定为财阀，资产冻结，营业受限，公司肢解，职务开除，松下几乎被弄的一文不名连吃饭都成问题。

第七章 由零再出发 (133)

- ▲不论是多么贤明的人，毕竟只是一个人的智慧；不论是多么热心的人，也仅能奉献一个人的力量。
- ▲人与人之间要互相寄托，为更大的效力而结成组织团体。
- ▲让我们都敞开心扉，伸展自己的智慧与力

量，唯有如此，彼此才能互相信赖，共同迈进。开展民主化，PHP运动，由零再出发。

第八章 分封之时 (159)

▲日本战败，举国茫然无绪。

▲松下兄弟公司肢解。

▲松下幸之助则提出：“生产是复兴基础”的口号，鼓励全体员工提起松下精神，努力生产。增强员工凝聚力，共渡难关。

第九章 造就人才 (185)

▲造物之前，要先造就人才。造人先于造物。

▲人才是企业成败的关键，唯有顺其自然，不凭自己的好恶用人，容忍与自己个性不合的人，并尽量发挥其优点，才能造就人才。

▲名刀是由名匠不断锻炼而成的，同样人才的培养，也要经过千锤百炼。

第十章 电化元年 (209)

▲松下这一时期的销售方针是：“巩固国内市