

创业学绝味



[创业学绝味 下载链接1](#)

著者:郭宇宽

出版者:企业管理出版社

出版时间:2014-7

装帧:平装

isbn:9787516408285

创业学绝味, 绝对学得会!

《创业学绝味》的另一名称为“20厘米奇迹”。一根根短短的鸭脖, 平均长度不足20厘米, 却成了全国吃货们吃了还想吃的美味食品。

绝味鸭脖的创业者们在短短8年时间里，从2005后湖南长沙开出第一家店后，到如今已在全国拥有5000家的门店，平均每天能卖掉100多万根鸭脖，年零售额达40多亿元。他们把一个地方的美味小吃，发展成为今天的连锁加盟大品牌，把一份在常人眼里看来不起眼的小生意做遍了全国，而且做得红红火火，无疑是当今中国餐饮行业的商业奇迹。他们的团队是怎么做到的？这种成功是否可以复制？

绝味的成功再次证明所做的行业是新的还是老的，不重要；是时髦的技术，还是老掉牙的技术，也不重要。重要的是专注、细化、精化，是在商业模式上的创新！

《创业学绝味》的作者郭宇宽博士用两年多的时间，对绝味鸭脖这个经典的商业案例进行跟踪调研，终于发现了这个秘密……呕心写下这部力作！

作者介绍：

郭宇宽，曾为湖南卫视、陕西卫视节目主持人，中央电视台《新闻调查》栏目出镜记者，《南风窗》杂志主笔，美国new school大学社会科学院中印研究所研究员。

他于西安交大获得机械自动化专业学士学位、系统工程专业硕士学位，后在中国传媒大学获得理论传播学博士学位，接着攻读清华大学理论经济学博士后，研究期间运用经济社会学方法开始对企业商业模式进行研究，多年来持续观察中国一线本土企业，深入调研，并思考、总结企业运作经验。

他广阔的学术视野和对商业模式本质的洞察力，赢得了中国许多一线企业家的认同。2013年，郭宇宽以做中国“最靠谱的商业智库”为目标，建立起了一个汇聚大量中国优秀企业的跨界企业家交流分享平台——开放力商业思想论坛，以在商言商、研究商业模式、弘扬商业正能量为使命，获得诸如首创集团、南都集团、大中投资、七匹狼、步步高、鹿港小镇、AMT、绝味股份等中国各行业的卓越企业家的支持。

目前，郭宇宽博士自己也是一位创业者，创办生艺科技公司，任ceo；他打造了“不装艺术网”，一个以开放模式运营的艺术交易平台；他还发起君澜？开放力艺术社，旨在扶持青年艺术家成长及接触市场。

目录: 题记／001

序一／003

序二／006

序三／009

前言／011

第一章

从自花授粉到优势杂交——学不会与学得会的商学思想／001

学不会的就别学了／003

先天条件太优越，我们学不会／005

后天条件太独特，我们也学不会／006

野蛮成长的，你学不会／007

不想学的，你就学不会／008

绝味是一株“杂交水稻”／010

精英点评／013

第二章 “想通了，就能赚到钱”／015

中国人不重视理论思维是一种很大的文化缺憾／017

想不通害死人／018

研究的本质就是要把现象再往深究／019

精英点评／022

第三章 科学管理和社会学想象力／025
艺术是管理的锦上添花／027
审视管理的科学性／029
想象力与科学的结合／031
第四章 一个创业者是怎样炼成的——老戴是谁／035
放养出来的孩子／040
因为信任而努力／043
从小练创业／047
在黑暗中寻找曙光／052
找一份稳定的工作／055
发小广告的冠军／056
以学习的心态打工／058
到真正的大公司学习／061
邂逅“鸭脖王”——好口味加上“看不见的管理”／066
看得见的管理与看不见的管理／073
精英点评／079
第五章 食品连锁是一种高科技行业／081
用造飞机的智慧和专注做美食／083
绝味的口味挑战／088
供应链和物流的挑战／092
工艺的挑战／093
精英点评／096
第六章 流水不争先——绝味营销的定位和实现／097
保健品营销的启蒙／099
绝味营销的发展历程和营销渠道的变革／101
大胆探索，兼听则明／113
口号背后的理性／115
步步为营的品牌积累／116
精英点评／118
第七章 食品企业也是IT企业／121
IT是什么／123
谋定而后动——首战SAP／124
运筹帷幄——进行信息化规划／127
融会贯通——OA协同办公平台建设／130
决胜千里——绝味要打造一个智慧的食品企业／131
自我革命——绝味O2O转型实践／134
精英点评／137
第八章 从子弟兵文化到职业经理人制度／139
从“鸿门宴”看楚汉双方的团队建设／141
缺乏开放力的子弟兵文化传统／142
中国商业传统的真问题／145
传统餐饮的师徒制和绝味的职业经理人制度／146
传统餐饮的瓶颈和绝味的大扩张／149
绝味的“班子”和“队伍”／151
绝味版桃园结义／152
36岁真正立山头，以能力服人／155
老板也有屈膝时——礼贤下士揽人才／155
做一个靠谱的团队领袖／156
领袖搭台，人才唱戏／157
用人格魅力留住人才／158
第九章
干净的企业才会有干净的产品——打造一个干净的采购体系／161
原料的品质是口味的关键／163
路人皆知的潜规则／164

第十章 共创双赢——推动产业上游发展／173
社会化大分工背景下的生产模式／175
社会化分工背景下的大企业胸怀／177
绝味对产业上游的推动力／178
投资再造“中国鸭”／181
精英点评／185
第十一章 商业宪政实践——一项了不起的实践／187
淘宝商城的企业生态困境／189
绝味的加盟商宪政实践／192
加盟商委员会的人事安排／194
加盟商委员会选举制度／195
加盟商委员会的运行／197
精英点评／200
第十二章 “不想当经理的店员不是好店员”／201
基层员工的福利待遇与成长／203
初入绝味／204
弹性的工资和多元化的福利／207
以激励的方式引导员工／210
跋／217
后记一／221
后记二／224
致谢／226
· · · · · (收起)

[创业学绝味](#) [下载链接1](#)

标签

创业

经管

成功励志

中国

管用

商业

自主创新

评论

绝味的套路还是非常值得学习的。因为作者太啰嗦，减1星。

这不是书，是一本绝味的广告杂志，味道比周黑鸭差远了。

奇烂

样书审读

购买亚马逊电子书。信息系统

买的电子书，一口气读完，现在从事创业的项目和绝味相似，的确也能从书中学到一些东西。

比预期的要好

大三图书馆借阅。

经常有人说中国没有自主创新的技术产品，其实并不是。鸭脖就是近十多年来中国最有代表性的自主创新产品，完全是企业家们凭空创造出来的需求，其传奇之处丝毫不亚于iPhone。鸭脖在2000年之前近乎毫无价值，现在已然成为鸭子身上最能产生利润的部

位，这就是企业家们创造需求并凭空建立一个全新的市场的力量。不过绝味鸭脖近两年发展似乎很难说特别成功，看其2018年半年报，目前店面近万，半年营收仍然在20亿左右，与2014全年的40亿几乎相同。

语言写的一般，故事值得一读，毕竟一个卖鸭脖的能买到这样也非常不容易！

海底捞招你了，多写写同行

有点大杂烩，开放力论坛捧出来的一本书。

对了解公司有点帮助

辣鸡

面对那么多的赞誉，这本书显然没有对得起这些赞誉之声。很多章写的比较笼统，有点记者写书的通病，往往在形式上追求阅读的快感，却忽略了作为书籍写作的逻辑性和深度，而且作者在前面多次提到《海底捞你学不会》的例子实在没有必要，特别是作者对管理是科学还是艺术的争论，实在不见水平。而且作者在书中多次提出的海底捞与绝味的管理模式对比，都是建立在《学不会》这本书的基础上的，显然只是在表象层，并没有深入企业研究，缺乏实践。相比之前读过的一本《名创优品没有秘密》相比，觉得干货和文笔都差了些。最后两章很值得读，中间也有一些干货，但大多浅尝即止。

虽然全文有点夸赞向，不过绝味确实是一家NB的公司。看好。ps听鸭脖王李总本人讲卖眼镜的故事更有趣哈哈

★本书是我读过最烂的一本关于企业管理的书籍，内容烂！文笔烂！

★读到本书三分之一处还一直在喷天怼地，没进入关于绝味的主题，本以为后面会有干货，没想到后面更失望。

★天一句地一句、逻辑不通、大白话、文笔差、为了完书凑字数。

★作者就是个职业喷子，贯穿全书都在怼《海底捞你学不会》…………的作者。

★读完本书最大的教训就是：读管理书籍，一定要认准出版社，内容、文笔、排版、甚至纸张都有保障，比如中信和机械出版社。

关于企业的子弟兵文化的分析比较深入

有点像人物传记加作者个人见解，现在看到一半，觉得作者见解部分稍有点多，还好分析得都还到位。再少一点点主观看法、多点客观事实更好了

还好，至少把一个大家可能根本不会关注的行业和企业，做了比较深入的分析。但是在行文过程中，最好不要一直跟另外一个企业一本同类的书去比，写好自己想写的事儿，如果真想做对比研究，那么可以再写一本。不然真的时不时让人觉得反感。

[创业学绝味](#) [下载链接1](#)

书评

在两年前我知道绝味，是因为满大街的鸭脖子店；后来我知道绝味，因为它是我们的客户，典型的小店连锁的客户。今天看到这本书，我是在这个里面看是不是有我们的系统的支持的讲述。它很厉害，用八年的时间，拓展到6000家店，其实它的经营模式就是区域经营的模式，用加盟店管理，...

短短8年时间，绝味的创业者们如今已在全国拥有近6000家门店，年零售额达40多亿元。一家卖鸭脖子的企业，到底是怎样取得如此卓越的成就？带着好奇心，作者用了两年多的时间进行跟踪调研，写下这本书，为大家讲解创业为什么要学绝味。开篇讲了学不会与学得会的商学思想。很...

1904年，美国《企业家》杂志节选托马斯·潘恩《常识》中的一段话作为发刊词。此后百余年中沧海桑田，物是人非，但杂志扉页上的这段话却从来没有改变，它被称为“企业家誓言”：我不要选择做一个普通人。如果我可以，我有权成为一个杰出的人。我寻找机会，不寻求安稳。我...

因一朋友一直想开一家店，加盟绝味鸭脖，又一个偶然的机会，从另一个朋友那里接触到了《创业学绝味》这本书，便将书拿过来，细致读了一番，看看绝味到底有哪些吸引力。

我自己目前在一家知名乳企，担任中层管理者，我所在的企业，也是走婴童店（即渠道），读过此书之后，自己获...

不着边际的对比，不够深入地拼凑，此书的价值可能就是给绝味做个宣传，作者的文笔提升空间还很大。为什么要140字，这些我都觉得说完了，个人愚见。

还不够啊，还要写什么啊，建议绝味再找个人写一下吧。

我去，还是不够，我要词穷了，再不够我就不写了，取消算了，这个评论还...

什么乱七八糟的玩意，引用太多故事经历来衬托自己，口水文差评。一直都在写老戴的成长故事，写它如何的低调，如何的成长，看不下去扔垃圾桶。还有那个什么麻批不好好上课逃课出来做餐饮然后第一次挣了400块请同学唱k很有成就感？？？还说自己的成绩高中到大学一直很优秀？？？...

细读了一遍，并且在读的同时查了很多绝味和周黑鸭的对比资料。

这本书整体而言有价值的干货很少，更像是绝味的公关书。

绝味所在的产业背景是什么样子的，产业链如何构成的，绝味的商业模式具体是什么，加盟模式是怎样的，绝味的品牌和营销管理、渠道建设和定价逻辑是什么，绝...

1.交际圈，戴总以前做过保健品和医药，你会发现绝味大多数高管和董事会成员基本上都是保健品医药行业过来的。通过招聘过来的高管并不是很多。整个保健行业早期的发展重营销，基本上都是野蛮成长。这种风格也体现在绝味发展风格中。

2.和周黑鸭全直营模式不同，绝味90%以上都是...

“绝味鸭脖”是创业史上的一个商业奇迹；鸭脖作为一份小吃产业能在八年的时间里开到将近六千家门店，年销售额四十多亿，这不得不说是一个奇迹。在未读这本《创业学绝味：一根鸭脖的商业奇迹》之前，其实我并不知道“绝味鸭脖”店是如此的传奇，当然对“绝味鸭脖”的领导者老戴...

绝味虽说第一家店开在长沙，可作为一个武汉人从武汉街边鸭脖获取的创业灵感开办的企业，说成武汉本土企业也不为过，之前由于省营销大赛了解过周黑鸭，后来有幸进入良品铺子，这种武汉本土的连锁企业，专注行业细分领域而取得的成功，归根结底为商

业模式上的突破。鸭脖能卖到40...

引车卖浆者流向来不受重视。马路牙子边卖茶叶蛋的，超市门口贴手机膜的，以及路边摊上卖煎饼果子的，这些做小生意的可能从不曾入你的法眼。但看到媒体上关于他们月入巨万的传言，你没准也禁不住会艳羡，有点想撂挑子闪人，直奔街边路口试一把的冲动。虽然这些传言可能并...

最先是在电视里知道绝味的，大概是两三年前，它开始在广告里亮眼起来，亦被我甚至越来越多的关注，最深记忆是有一段时间帮各种节目做宣传，播出得频繁：一次次看着电视里啃鸭脖啃得津津有味，作为吃货那馋馋的心思啊，口水不知道多少次要流下来了。想到第一次吃到绝味鸭脖， ...

[创业学绝味](#) [下载链接1](#)