

零售的哲学



[零售的哲学_下载链接1](#)

著者:[日] 铃木敏文

出版者:江苏文艺出版社

出版时间:2014-12-1

装帧:平装

isbn:9787539977645

全球最大的便利店连锁公司创始人——铃木敏文，结合40多年零售经验，为你讲述击中消费心理的零售哲学。铃木敏文的很多创新，现在已经成为商界常识，本书把那些不可思议的零售创新娓娓道来。关于零售的一切：选址、订货、销售、物流、管理……他一次又一次地在一片反对声中创造出零售界的新纪录。

翻开本书，看铃木敏文如何领导7-11冲破层层阻碍，成为世界第一的零售哲学。

作者介绍:

铃木敏文

世界级企业家，日本7-ELEVEN创办人。他被日本媒体称为继松下幸之助之后的“日本新经营之神”，美国《哈佛商业评论》评价其为“融合东西方管理精神的最佳典范”。他领导的日本最大的零售集团SEVEN&I控股公司为全球第四大、亚洲最大的零售王国，营业额约等同日本GDP的1.25%，富可敌国。他曾三次领军企业变革，没有一次失败；而他所建立的“单品管理”概念，甚至让英语世界创造了一个新的名词“Tanpin Kanri”（“单品管理”日文发音）。

目录: 序

第一章 一切从“打破常识”开始

我的工作“原点” // 3

奇妙的际遇 // 4

作为管理部门的统筹者 // 9

轻松的背后是停滞不前 // 11

邂逅顶级企业 // 13

来自公司内部的强烈反对 // 15

艰难而漫长的谈判之路 // 17

日本首家便利店的诞生 // 20

密集型选址战略 // 24

“有7-Eleven真好！” “全年无休真方便！” // 28

物流体制改革：推进商品的共同配送 // 30

第二章 不要受历史经验的牵制

7-Eleven的日均营业额为什么能领先其他连锁便利店？ // 35

我们要盯住“客户”而不是竞争对手 // 37

各种会议的存在理由 // 38

无数次地改变切入口 // 41

为了成长，必须积极应对变化 // 45

置身于信息中 // 47

灵感的获取方法：在众人面前演讲 // 50

不能随口说出数值目标 // 52

第三章 大多数人反对的事业往往能够获得成功

我的经营思考法则 // 57

提供便利是最终目标 // 60

便利店也能开银行？ // 63

外行即使开了银行也注定失败 // 66

领导者的必备素质 // 68

“IY BANK”的诞生 // 71

实现“三年内盈利”的目标 // 74

更名为“Seven银行” // 76

第四章 消费者所追求的是品质

比起“价廉”，“物美”更重要 // 81

自有品牌的诞生 // 83

在“必须执行”的喝令下开始的项目 // 86
“以团队形式研发产品”的方法 // 89
集中专家的力量 // 92
越美味的东西越容易腻 // 96
停止销售炒饭的理由 // 98
从“家常味道”转向“家中难以实现的味道” // 100
第五章 消费即是心理战
产品滞销的原因只有一个 // 107
引入POS系统 // 108
走向“单品管理” // 113
消费是场心理战 // 115
消费者的价值观在哪里？ // 118
“特色饭团”为何能成为热销产品？ // 122
从“还在营业太好了”到“近距离的便利” // 126
第六章 经营理应“朝令夕改”
走近顾客 // 133
现代版“推销术” // 135
各种各样的“送货”结构 // 138
7-11独门送货秘籍 // 144
掌控网络=掌控现实 // 147
作为“生活基础设施”的新角色 // 151、
第七章 “应对变化”是基本原则
理解“现在应该做的事” // 157
美国南方公司的衰败 // 160
飓风铃木来了 // 164
也让临时工负责订货 // 167
7&I控股集团的起航 // 170
超市和百货商场的改革 // 173
理解每个时代的顾客需求 // 177
第八章 打破“常识”
下一个舞台是世界 // 183
为何之前从未在四国开店？ // 185
打造贴近居民生活的便利店 // 188
熟悉当地人的饮食偏好就能“称霸世界” // 190
从日本本土化产品研发走向全球化研发 // 194
附录 7-Eleven历史沿革
• • • • • ([收起](#))

[零售的哲学_下载链接1](#)

标签

零售

商业

营销

经营

管理

日本

7-11

创业

评论

想着怎么挣钱的，都昙花一现；想着怎么帮助人们过上更好生活的，都成就了商业帝国； money is just by product of our work

所有的点子都是作者提的，这得多牛X。万一作者不在人世，711可怎么办。。。

从美国南方公司授权，到最后收购南方公司，7-11诠释着主动改变的力量。从铃木的表述中，不难发现 7-11才是一家真正的互联网公司，创新、主动改变、假设-执行-验证、单品管理、分析用户心理、提供新的产品价值…

零售就是心理战。销售最终要用品质打动顾客，追逐顾客的需求。便利，安心，品质，最终进入消费者的日常生活。独立思考，逆潮流而动，不被人云亦云的口水结论洗脑。

「我们从未设定过覆盖全国市场的目标。」

via Zhuyan

一个门外汉是如何做成一家零售公司的，靠的是心理学和统计学。全书一句话总结就是YC那句 Make Something People Want。

以前统计学和心理学的底子帮了他很大忙，积极面对变化，从消费者立场考虑问题，敢于甩掉经验之谈，始终多年如一日的坚持核心理念和价值观。铃木是个令人尊敬敬佩的人！

一个核心论点，如何拥抱用户不断变化的需求，做出满足TA们的产品~

铃木敏文的确是对零售行业浸淫很深的人，他的观点和思考能够普及到零售行业的各个方面。这本书，值得阅读。

虽然自夸比较多，但精彩。7-Eleven起初定位是便利，所以就密集选址+控制产研与供应链基础+让一线员工多决策，后面引入pos做单品管理，引入ATM机做领域扩展，开始更加注重品质，不断迭代扩展。更难能可贵的是2013年写的书，预见了网络与线下零售的深度结合、单体门店的萎缩，厉害！

用户体验至上，准确定位，就是周鸿祎说的产品要抓住一个痛点，不用面面俱到，像711就是定位便利，一切从此出发。再就是不要墨守陈规，不断创新思考。说起来跟周鸿祎那本书很多观点都很像诶，看来GREAT MINDS THINK ALIKE

微信读书第二本。通俗易懂。把成功讲的如此单纯。是不会被复制的啧啧。

作者认为统计学和心理学给其事业带来了很大帮助。作者从用户需求出发，善于利用数据，这不是当代产品经理必备嘛~确实是个能人

日本人崇尚的“匠人如神”的精神即便是在开便利店这件事情上，也贯彻得很彻底，日系书一贯的内容不是特别多，但很朴实，以及40年经验造就的商业神话，至始至终不是什么“教父”，而是一个“对零售流通不感兴趣”的人如何做好这件事。

白话总结版。

做服务行业要永无止境的优化各种细节

必读

7-11太伟大了

虽然小小一本两小时看完的分量。但是干货还是蛮多挺精的。

总结一句话就是，“永远用户视角”。这话看起来简单，其实异常困难。

[零售的哲学_下载链接1](#)

书评

铃木敏文是日本7-Eleven的创始人，每天上下班的闲暇他的用途习惯是“读懂世间的变化”，然后他利用自己观察到的变化用于分析未来的变化，找到经营决策的依据。那么铃木先生到底是如何观察问题的呢？这是这本书让我感觉最有价值的地方，因为铃木先生通过写书实际上是想传递...

零售的哲学：7-Eleven便利店创始人自述 (铃木敏文)
从变化中读懂“未来”，建立“假设”然后“执行”，再对结果进行“验证”。这一过程有助于优化工作模式——如果在平日的工作中坚持重复“假设-执行-验证”的过程，那么在不远的未来必将有所斩获。作为顾客的生活据点，持...

这本书汇集了日本7-11便利店创始人铃木先生40年的零售绝学，然并卵，它并没有为门外汉撬动零售的星球，也没有瞬时转败为胜的神力。它告诉我们的，都是看似任何人都熟知的道理。比如——

不受历史经验的牵制，让一切皆有可能。7-11创立之初，收到一片零售同仁的反对，认为小...

先看了山姆沃尔顿的《富甲美国》（made in america），再看了铃木敏文的《零售的哲学》。

个人来讲，对于711的喜爱多些，对于《零售的哲学》的认同也多些。

一个是直营，一个是加盟。一个是大型商超，一个是小型便利店。

一个是折价销售，一个是品质商品。一个是农村包围城市...

“实现机遇并不需要特殊的才能，关键在于问题意识和思维力。问题意识指的是经常主动研究现行的工作模式是不是处于最优的状态。而思维力代表了深层次挖掘事物本质的能力。”——铃木敏文

作者的时间线：东贩的经历

1956年4月，大学毕业，进入东京出版贩卖公司（东贩），负责...

日本7-Eleven从创立之初走的就是一条颠覆性的道路。

1971年，38岁的铃木敏文在经营综合性超市的伊藤洋华堂工作，正为大型卖场和中小型零售店共生共存的双赢方法而焦头烂额，恰巧在公司组织的海外研修时，遇见的美国的7-Eleven。这里要插一句，其实7-Eleven并不是诞生于日本，...

7-11一直是最喜欢得便利店，总感觉店里的氛围不同于其他便利店。读了这本书才了解了背后的原因，也明白了国产便利店的差距。要获得成功不仅需要创新意识的意识，还在于是否用心，零售业更需要了解客户的心理，才能从竞争中获得胜利。以前看过一些原版，奈何语言能力问题没能看完，...

不得不说，新书名很有力度。
无论卖什么都能大卖的哲学，我是向来不信这些的，但读罢此书，我才忽然明白，若是一个商人能尽善尽美到他这样的地步，那不管在任何行业都是会闪闪发光的。
销售就是心理战，打折卖的是想要便宜的人的心理，但他更厉害，直接返还消费税，因为当时日...

首先，为作者和译者都赞一个，作者自然不必多说，传奇便利店创始人，不再赘述个人创业传奇经历。其次，本书译者很用心的用简约易懂的词汇，形象生动的描绘出零售业7-11的发家史，读者在了解到7-11发家史的同时，也可以学到很多东西，所以如果想学习一点零售流通过知识的话，本书...

你可能知道，阿里巴巴是国内人均效能最高的互联网公司之一，2016财年阿里3.6万多名员工创造了427亿元净利润，人均创造利润117万人民币。
但你一定没有注意到，你家楼下的7-Eleven，《志明与春娇》相遇的地方，这个传统零售企业，2016年创造了近百亿人民币的净利润，公司只有800...

怀着好奇买了一本看看，读完后收获颇多。尤其是7-11对其销售策略、经营理念等的描述让我对这个行业有了全新的认识。感谢译者精确的翻译，各位从事经营管理或者是零售业的朋友们，此书确实是为了一本不可多得的零售业宝典。

本书作者7-11总裁铃木敏文 阅读时间：5月13—19日

主要讲述了作者一手“创办”7-11零售帝国的过程。
之所以说”创办“是因为7-11这种模式原本诞生于美国，作为大卖场的补充存在于市场。
。 ...

本书主要讲作者创立、经营日本711便利店过程中的经验体会，经营的决策过程及其中判断的逻辑。此书不是系统的理论、方法，但总结了作者的个体经验，展示了思维方法，可看出其脑力：对行业/社会变化的敏锐察觉与观察分析，善于发现问题表象下的深层原因，有准确的判断力，还有强...

[零售的哲学 下载链接1](#)