

中川政七再生老店记



[中川政七再生老店记_下载链接1](#)

著者:中川淳

出版者:

出版时间:2017-6-2

装帧:平装

isbn:9789863982517

內容簡介

持續進化、創新的300年麻製品老店高呼：「要恢復日本製造業的活力！」
5間小公司所發現的生存之道究竟是什麼？

從閱讀財報的方式、產品策略到品牌再造，

學習「製造業需要具備的44種想法」。

原本只是經營地方製造商品牌的「中川政七商店」第13代社長中川淳，

成功協助五家公司經營諮詢，從「販售」到「成立品牌」：

?六人公司製造出轟動日本的馬克杯

?「全世界最細心的皮包店」生產的工作包

?用「不起眼」的麵包刀尋求定位

?擊敗木質地板，讓地毯復活

?新潟出品的「蓑衣式罩衫」遊走在時尚與日用之間

本書內容分為兩部：第一部以時間順序整理諮詢的案例，詳細述說，讓讀者更有臨場感。第二部則從案例中整理出經營、品牌成立、製造、溝通共四篇，說明小公司的生存之道。

本書提供了一套企業諮詢顧問的方法，希望能個別提供協助讓中小企業獲得重生。詳細介紹其如何協助這些企業重新定位、打造新品牌的過程。中川淳公開的祕藏心法不僅適用於傳統工藝、製造業或中小企業，更適用於所有商業領域。「希望很多人能從本書獲得勇氣，往前踏出一步。分出成敗的，不在於能力或規模，而是做與不做，如此而已。」

【學界推薦】

李仁芳 政治大學科技管理與智慧財產研究所教授

溫肇東 政治大學科技管理與智慧財產研究所兼任教授、東方廣告董事長

韓志翔 政治大學企業管理學系教授

詹文男 資策會產業情報研究所(MIC)資深產業顧問兼所長

【業界推薦】

黃麗燕 李奧貝納集團執行長暨大中華區總裁

葉明桂 奧美廣告副董事長暨奧美集團策略長

【日本亞馬遜讀者好評推薦】

★這是一本易懂、有趣，而且富含熱情的好書。

說到介紹中小企業經營的書，常會感覺到與案例中的企業規模及遠大的戰略論之間有些許隔閡，但是這本書介紹的事例是非常寫實的內容，非常容易閱讀。書中描述從原本員工6名、營業額8500萬日圓的公司，成長到員工97名、營業額7億日圓，這樣逐漸擴增規模的情形，讓人覺得很真實。

另外，本書並非從理論導入事例，而是透過剖析例子的過程中，作者中川淳根據理論簡

潔說明自己的觀點，如同閱讀故事一樣流暢，事例也都相當有趣。

中川淳特別提到公司當中，特別是中小企業都是依社長的裁斷運作這點，我再次從本書中體會到。他述說口氣雖然冷靜平和，但對事業的態勢卻是相當熱情，不斷提及若社長不覺悟，無論何事都無法成功，讓我覺得中川真是一位有擔當的社長。即使中川身處的業界、職種不同，但想要再次找尋經營者的架勢身段，這本書絕對值得一讀。（讀者遠山的金）

★全書的前半部是統整擔任顧問時的經驗，後半部則是集結品牌經營(試用於中小型企業)的know-how，非常容易閱讀的一本書。關於品牌的想法及實踐法，相當值得參考。
(讀者m.sato)

★以作者本身經驗撰寫不同業界的情況，不僅易懂，也很有說服力。希望能將書中提到的方法反映在自己的工作上。（讀者UFO）

作者介绍:

作者簡介

中川淳（Jun Nakagawa）

京都大學法學部畢業後，曾任職富士通有限公司，2002年進入家族企業——中川政七商店。2008年就任第13代社長。發展出「遊中川、粹更kisara、中川政七商店」三個品牌，確立出以傳統工藝為本的SPA（Specialty store retailer of Private label Apparel，製造商直營零售店）型態。

2009年開始，以「恢復日本傳統工藝的活力」為願景，展開將業界亮點化的企業經營顧問的事業。讓波佐見燒的新品牌「HASAMI」造成熱賣等，積極參與中小型製造業。著作包含?讓奈良小店成功在表參道HILLS展店的過程?、?成立品牌的方式?（皆為日經BP社）。

譯者簡介

余亮闇

日本廣島大學教育學博士。教日文、也翻日文，譯有《三神教我的幸福事》、《人生要清爽》（天下雜誌出版）等多本譯著

目录:

[中川政七再生老店记_下载链接1](#)

标签

品牌

日本

商品

設計

經營

2017

日本民艺

评论

仔细的记录

[中川政七再生老店记_下载链接1](#)

书评

[中川政七再生老店记_下载链接1](#)