

黄光裕和国美的“信”之路



伴随着国美全新品牌理念的提出，国美走上了全新发展轨迹。本次品牌理念的核心——“信”文化，看似首次提出，其实早已贯穿于国美成长的始终，而这也与国美创始人黄光裕的个人理念密不可分。

其实，任何一家企业的企业文化的形成，都离不开创始人的品格和信仰。家庭的熏陶及幼时的小卖部采买的经历使黄光裕意识到，诚信之于人及生意的重要性——“做买卖最重要的就是‘诚信’，说到的事一定要做到，取信于人才能有回头客。”

于是，国美创始人黄光裕在创业初期就将“信”当作事业精神的灵魂，并始终将“信”视为商道之本。国美二十多年来就是始终围绕着“低价和诚信”，得到了快速的发展。

如今，国美发布的“被信任是一种快乐”的全新品牌理念中，国美强调了更宽泛的信任元素，并成功将商业道德和精神层次的追求高度融合在一起，试图通过信任，架起一座企业与消费者之间、企业与企业之间、企业与员工之间的快乐桥梁，并一路沿着“信”的道路走下去。

单词： lǐniàn guǐjì héxīn guàncuān mìbùkěfēn xìnyǎng xūntáo
理念 轨迹 核心 贯穿 密不可分 信仰 熏陶
chéngxìn chuàngshǐrén línghún wéirào kuānfàn qiáoliáng
诚信 创始人 灵魂 围绕 宽泛 桥梁

讨论：你认为诚信是否是一个企业发展的根本？为什么？

源新闻：http://focus.scol.com.cn/xxsd/content/2013-01/30/content_4676406.htm?node=514

音声 URL：<http://ttcn.co.jp/sound/text/119n52.mp3>