

<<思维>>

图书基本信息

书名：<<思维>>

13位ISBN编号：9787506020657

10位ISBN编号：7506020653

出版时间：2006-1

出版时间：东方出版

作者：郎咸平

页数：321

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

中国企业家应该具备的新思维：认清事物本质，从危机中寻找转机。中国企业如果要在国际竞争中胜出，就必须改变观念，破除以往的惯性思维，否则只能忝居人后。

从国际上企业发展的轨迹看，一个企业成长到一定阶段，若要进一步取得成就，就必然要走向国际市场，走国际化发展的道路。

这不仅是自身拓展市场、整合资源的需要，也是全球经济一体化带来的无法避免的现实情况。

世界上成功的强大企业，多是国际化程度非常高的跨国公司。

中国的企业现在正处于迈向国际化的关键时期。

经过26年改革开放的洗礼，我们拥有了一大批规模较大、有一定竞争力的企业。

不过，与世界知名企业相比，我们的整体实力还是相当弱小的。

在大多数领域内，国际老牌的跨国公司已经牢牢树立了他们的垄断地位。

他们凭借在资金、技术、管理等方面的强大优势，所到之处，尽归其有。

二十多年来，即使我们未出国门，也已经多次领教了这些公司的威力了。

那么，我们怎样才能改变这种被动的局面呢？我认为，中国企业领导人必须摒弃陈旧的思维，而代之以崭新的理念。

所谓新的思维，一是“舍末逐本”，看清和把握事物的本质，任何战略决策都是围绕既定的目标而展开，决不会受到纷乱的表象干扰；二是善于在危机中寻找转机，变劣势为优势。

我在演讲的时候最喜欢谈一个真实的例子来说明如何看清事物的本质以及如何从危机中寻找转机(当然人名、地名都是假的)。

我的一位很有成就的学生是搞地产的。

有一天他垂头丧气地来见我，他说他花了半年的时间好不容易约到了一位规划局的领导吃饭。

为了表示诚意与实力，他在北京某大酒店(假设是王府)定了总统包间，而且点了最贵的菜。

其中一道菜是砂锅红烧大鲍翅。

他说：“这么大的房间，那里的服务员哪里不好摔跤，偏偏走到了我的贵客旁边摔了一跤，而且把那锅鱼翅都泼到了我的贵客身上。

”我说：“那好，这不就是危机来了吗？”我就问他如何从危机中寻找转机。

他说他马上就毛了，痛骂那个服务员30分钟，而且越骂越不解气，他就叫服务员把总经理叫下来。

我马上告诉他：“北京涉外酒店的中方总经理不一定会鸟你这个个体户的。

”他就说：“是啊，是啊，这也是我事后才知道的，结果总经理也没下来，服务员哭了30分钟，最后那位领导很不高兴地起身离去了。

”我当时就告诉他应该先认清楚事物的本质，然后再从危机中寻找转机。

我说：“你请客吃饭的目的是什么，不就为了贪污腐败吗？”我必须强调我虽然不赞成贪污腐败，但我想通过这个机会解释一下我的观点。

我接着说：“你为了贪污腐败的目的，就应该奖励这个服务员3000元，因为她替你创造了一个危机。

中文是非常有意义的语言，什么叫危机，那就是危险加机会，有了危险自然就有机会，就能寻找转机。

”他问：“我怎样才能寻找转机呢？”我说：“你知不知道像王府饭店这样的五星级宾馆地下室是干什么的，都是名店啊，例如路易·威登，香奈尔，古驰，范思哲，卡地亚等。

你当时就应该立刻带着领导到地下室的名店，例如到范思哲换一套丝质的西服，同时再去路易·威登买几个皮包来装饰衣服。

此外你还可以告诉那位领导，请他太太帮忙洗一下脏衣服，那你总得表示一下吧，你就去卡地亚买一个手表再加一个钻戒表示一下谢意。

这样一来几十万、上百万的贿款不就送出去了？这不但完成了贪污腐败的本质问题，同时也使你从危机中寻找到了转机。

”他说：“我怎么没想到啊？”我说：“因为只有一流睿智的企业家才会想到事物的本质以及由危机中寻找转机的重要性。

<<思维>>

”不过，我严正声明，我本人是最痛恨行贿、受贿、贪污腐败的，我之所以引用这个例子，是为了说明我们中国的企业家缺乏的就是这样一种把握本质、从危机中寻找转机的能力。

让我们再来谈企业在国际竞争中，这些思维是何等重要。  
我在我的另一本书《科幻》中详细地分析了三星电子的案例。  
本书将在这个基础上继续探讨几位企业家的国际化思维。

## 内容概要

《思维(国际级企业和企业家战略思维)》讲述了中国企业家应该具备的新思维：一是“舍末逐本”，看清和把握事物的本质，任何战略决策都要围绕既定的目标展开，决不受任何纷乱表象的干扰；二是勇于在危机中寻找转机，变劣势为优势。

郎咸平观点：三星的成功是李健熙新思维的成功：李健熙把握住了“IT技术是不可能隐藏的”这一行业本质，并认识到在IT方面“难以”超越美国并成为行业技术领先者这一现实危机，于是在技术上实施“反向工程”，在产品设计上紧密结合个性化需求，在生产上独创了“垂直生产体系”，最后成为“市场青眯者”。

LG和现代汽车的成功证明了三星经验的可复制性：LG不但成功复制了三星外观设计的创新模式，而且利用“六标准差”的管理模式，大幅提高了产品品质，降低了生产成本。

索尼和日产的问题源于惯性思维，索尼奉行的是一意孤行的“人治”文化，日产奉行的是不分青红皂白的和谐文化。

值得注意的，这两家企业都聘用了西方人进行改革，其中思想就在于改变惯性的商业思维。

三菱和佳能改革的成功，仍然是改变性思维的成功，其证明了：即使不聘用西方人，只要认清事物的本质，就能从危机中找到转机。

## 作者简介

朗咸平，美国沃顿商学院博士，现任香港中文大学教授。  
曾任沃顿商学院、密西根州立大学、俄亥俄州立大学、纽约大学和芝加哥大学教授，被公认为公司治理方面的顶级学者。

著有《操纵》、《整合》、《动作》、《科幻》、《标本》等中文著作。

## 书籍目录

自序中国企业家应该具备的新思维认清事物本质,从危机中寻找转机LG:十年蜕变一、LG简介二、LG集团的改革三、改革举措一:强强联合,共谋双盈四、改革举措二:重在研发,力求技术领先五、改革举措三:以崭新形象定位开拓市场1、建立品牌2、重视产品设计3、积极开拓市场六、改革举措四:确立以家电为本同时开拓新产品的业务策略1、LG电子的基石2、开拓数码显示和手机业务七、LG的策划部署1、“六标准差”树立高端企业形象2、“明日之星”策略现代汽车:向世界第五大汽车制造商进军一、现代汽车的两个时代二、郑世永时代:功劳记过失1、郑世永的功劳2、郑世永的过失三、郑梦九时代:高速增长的企业策略1、企业策略之一:提高质量2、企业策略之二:加强技术3、企业策略之三:业务整合4、企业策略之四:销售策略四、现代汽车的近年发展专业集成电路龙头分企业台积电:成功挑战一、台积电简介1、台积电的主要业务二、集成电路产业结构的变化及其发展历程1、何谓集成电路?2、垂直事例和垂直分工3、世界半导体工业的发展进程4、为什么要提升制程技术和生产更大的晶圆?5、台湾半导体工业的发展进程三、台积电的业务策略与成功因素1、业务策略2、台积电的成功因素四、台积电的外在威胁1、宏观市场2、微观市场3、整合组件制造(IDM)公司的优势.....索尼集团倒下之谜:企业文化的无形之手日产汽车集团:起死回生的神话三菱:财阀式架构佳能:十年腾飞

## 章节摘录

2. “明日之星”策略 (1)创新意打造“明日之星”，开拓高增长、高回报的市场 继以“六标准差”管理控制成本之后，LG电子的第二个策略部署是增强企业的增长力。为达到此目标，LG电子将不同技术结合创意制造“明日之星”，开拓高增长高回报的市场。一般企业厘定家电“现金牛”业务策略时，只会减少“现金牛”业务的研发投入，务求减少成本，并将所得现金用于支付其他高成长性业务的市场。但LG电子却不止于此，LG电子认为家电不只是一般的现金牛业务。LG电子一方面利用“六标准差”管理的获利增加循环利润，好壮大“现金牛”。另一方面，LG电子深知家居网络是近年兴起的高增长市场，因此以普通家电作为支柱，再集合拥有的显示器及通讯技术，制造“明日之星”，增强企业未来的增长力。

相比之下，三星电子的家电业务策略却完全不同。三星电子不断在家电方面投放大量资源，意在将星级业务扩展至家电市场。其部署的重点与LG电子的“明日之星”策略不谋而合，就是开拓家居网络，并加强研发创意的注入，目的是占据高档家电市场。可是，三星电子只是在成本控制方面以引入“垂直生产体系”成功方程式为重点，并没有考虑到其在家电业务的基础不好、占有率不大的事实，在缺乏成长性的家电市场是很难突围的。

三星电子在家电业务领域有如此的策略，只因其企业信念背后的“第一主义”。三星集团董事长李健熙曾经在公开场合表示一个国家国际竞争力的强弱取决于拥有多少项全球第一的事业。

三星电子现已在数码电视、内存、无线电话及薄膜晶体管液晶显示器方面处领导地位，下一个目标就是家电。换句话说，三星电子进入家电市场是为了再赢得一个“第一”。

可是，LG电子却稳扎稳打，以家电为本，向“在2010年前成为世界第三大电子及电讯公司”的目标迈进。

当前，三星电子家电的全球总销售额只有31亿美元，市场占有率也只有1.88%，2004年更录得5150万美元的营运亏损。

而LG电子产品则有很强的竞争力，空调的世界市场占有率为20%，家用吸尘器的世界市场占有率为13.7%。

将三星电子的利润分布做一分析，可以看到其利润主要来自数码显示、半导体、通讯器材及手机的“垂直生产体系”，家电业务却没有利润贡献。

对三星电子而言，家电只不过是个多竞争、低增长的市场，而其行业利润是基于半导体及手机这个高增长但价格非常不稳定的市场而言的。

如果扣除半导体带来的利润，三星电子毛利率会实时大幅下跌8%至15%，半导体仍是主宰三星的业务。

编辑推荐

一部值得所有行业和企业借鉴的战略思维案例集！

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>