

<<速度迎击规模>>

图书基本信息

书名：<<速度迎击规模>>

13位ISBN编号：9787506440547

10位ISBN编号：7506440547

出版时间：2007-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：陈建辉、李陵申

页数：266

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>

<<速度迎击规模>>

内容概要

自行车在路上跑，石头在水上漂，火箭在天上飞……原来都是速度！
麦当劳开遍全球，海尔集团稳定前进，鸿海集团称霸业界……原来也是速度！
当速度成为竞争中决定性力量的时候，以速度迎击规模将会成为提升企业核心竞争能力的重要指标。
时间就是金钱，速度就是生命。

加速助跑，为的是龙门一跃。

风驰电掣，只求抢占先机。

速度效应是继蓝海战略、长尾理论后又一波撼动世界的巨大风潮。

《让石头飞起来：速度迎击规模》以全球化视野结合中外企业生存与发展的状况，兼顾现实环境、东方文化及华人思维，打破企业追求规模的迷思，强调驾驭速度的时代趋势，告诉我们：速度创造奇迹，速度改变未来！

<<速度迎击规模>>

作者简介

陈建辉，中国人民大学在读博士研究生，现就职于国家人事部中国人事科学研究院。主讲企业及公共部门人力资源管理，人力资源管理中的法律实务等相关课程，研究领域为组织与人力资源管理、公共政策和社会保障。自2002年以来，参加了包括公务员制度、人才战略与规划、非公组织人力资源管理、人才市场建设等十几年国家和省部级科研项目，主持和参与了包括电信、化工、石油、电子、高校、医院等多家各类企事业单位的管理咨询工作。在国内学术期刊和管理杂志上发表数篇学术论文，著有《大师也解决不了的中国管理问题》、《象棋管理学》等书。

<<速度迎击规模>>

书籍目录

第一章新经济时代的速度经济将代替规模经济——速度取胜的形势一、世界在变，规则也在变二、“规模经济”之路越走越窄三、“速度经济”的路越走越明四、速度迎击规模第二章当前企业之间的竞争已由规模转为速度较量一、企业不能承受规模之重二、“早起的有虫吃”三、欲速也可达四、不是大鱼吃小鱼，而是快鱼吃慢鱼第三章让你的企业跑得更快——速度取胜的重要性一、速度促进销售二、速度提高收益三、速度降低风险四、速度提高质量管理五、速度提高员工士气六、速度支持管理进步七、速度打造企业文化第四章化冲量为动量——速度取胜的切入点一、领导者的大脑运作速度要快二、部门之间的合作配合要协调三、产品的技术要一直不断创新四、产品的生产流水线要简约化五、获取信息的渠道要畅通无阻六、供应链响应周期要尽量缩短第五章别陷入过于追求速度的误区——速度取胜的两面性一、快速增长是把双刃剑二、速战速决不等于短命三、果断不等于草率下注四、速度是手段而非目的五、持续发展才是硬道理参考文献

<<速度迎击规模>>

章节摘录

第一章 新经济时代的速度经济将代替规模经济——速度取胜的形势 一、世界在变，规则也在变 我们都听说过这样一句话：世界上一成不变的东西中，只有“任何事物都是在不断变化的”这条真理。

的确，我们唯一要做的，就是不断地改变自己，以适应这瞬息万变的社会。

自然界的生存法则是：优胜劣汰，适者生存。

当新一天的太阳升起的时候，羚羊在跑，狮子也在跑。

为了生存，我们就必须更快地跑，更快地改变自己，否则迟早有一天会成为别人的猎物。

米兰·昆德拉曾说：“速度是技术革命献给人类的礼物。

”在数字化的今天，速度更以一种铺天盖地的方式包围了我们生活的各个领域，以至于它已悄然改变了竞争的规则。

有人曾断言：不快则死，胜负取决于企业应对市场变化的速度，这是商场竞争的黄金法则。

因此，世界在变，规则也在变。

（一）唯有变化不变 在生活中投资就是在变化中投资。

死，并不十分使我忧虑，因为我正忙于生活。

让死亡自己去关心自己吧！

千万不要以为哪一天你会安定下来，生活是不会让你安定下来的。

你必须变化，你必须不停地适应变化，也就意味着你会不停地面临新的困难。

但这恰恰是生活的乐趣所在。

——巴士卡里雅 在这个世界上没有一成不变的事物，唯有变化时时刻刻都在发生。

尤其是在我们生活的这个时代，新技术的影响已经传遍了我们的生活和全球的各行各业，昨天我们还在为克隆羊的问世而拍案惊奇，今天又为转基因的食物而忧虑，明天呢？

即使是最高明的预言家也说不出会有什么离奇的事情出现来考验我们的神经。

无论我们以什么为生，蜗居何处，那些为我们带来重大影响的变化随时都会产生，无论我们的企业曾经是多么昌盛或是多么弱小，只要赶上新技术变化的时速以及它带来的好处，我们就会产生连自己都不敢相信的力量。

但也有可能，我们未能抓住那些转瞬即逝的机会，在企业生死攸关的转折点上未能把握发展之脉而告别昔日的辉煌。

当今世界，没有人能稳坐钓鱼台，没有人可以获得永久的竞争优势，以不变应万变的管理思想已成了可笑的空谈。

你知道这组数字吗：3-6-1？

这些数字真实地反映了家用电子产品生命周期的严酷性。

用3个月设计产品，用6个月进行销售，随后，产品就会沦为普及型日用品，最后企业还有1个月的时间销售剩余的库存。

30秒，你又能做些什么呢？

日本的电子行业每隔30秒就能诞生一个新产品。

我们生活在一个知识爆炸的时代，这一点通过对比知识的更新速度就可略见一斑：在农业经济占主导地位的历史时期，知识更新的周期大约是100~150年；在工业经济占主导地位的历史时期，知识更新的周期大约是20~30年；而在工业经济向知识经济过渡的今天，知识更新的周期已缩短为3~5年。

比如：现在一名本科大学生毕业时所积累的知识，5年之内就基本折旧完毕。

据联合国教科文组织最新统计：人类近30年来所积累的科学知识占有史以来积累的科学知识总量的90%，此前两千年中所积累的科学知识仅占10%。

英国技术预测专家詹姆斯。

马丁的测算结果也表明同样的趋势：人类的知识在19世纪是每50年增加1倍，20世纪初是每10年增加1倍，70年代是每5年增加1倍，而近10年则是每3年翻一番；到2020年，知识的总量将是现在的3-4倍；

<<速度迎击规模>>

到2050年，目前的知识只占届时知识总量的1%。

正是由于上述的变化引起了高新技术市场的激烈竞争，在世界500强企业中，能坚持位居其中10年的企业为数不多。

一些著名的企业家对此的反应比一般人更为灵敏。

正如张瑞敏所说：“我每天的心情都是如履薄冰，如临深渊。

”再看一个与我们生活密切相关的例子：随着计算机技术的升级，计算机病毒变得越来越猖獗，看看我们使用的杀毒软件，更新周期也越来越短，一般是一至两天就需要升级。

中国人用一句俗语来表达自己的无奈：“计划没有变化快”，没有人知道前面有什么变化，更没有人能赶在变化的前面，面对变化，我们只能应变。

有一条小河流从遥远的高山上流下来，经过了多个村庄与森林，来到了一片沙漠。

当它决定越过这片沙漠的时候，它发现河水渐渐消失在泥沙之中，它试了一次又一次，总是徒劳无功，于是它灰心了，“也许这就是我的命运了，我永远也到不了传说中那个浩瀚的大海。

”这时候，四周响起了一阵低沉的声音，“如果微风可以跨越沙漠，那么你小河流也可以。

”原来这是沙漠发出的声音。

小河流很不服气地回答说：“那是因为微风可以飞过沙漠，可是我不行。

”“因为你坚持你原来的样子，所以你永远无法跨越这片沙漠。

你必须让微风带着你飞过这个沙漠，到达你的目的地。

只要你愿意放弃你现在的样子，让自己蒸发到微风中。

”沙漠用它低沉的声音这么说。

小河流从来不知道有这样的事情，“放弃我现在的样子，然后消失在微风中？

不！

不！

”，小河流无法接受这样的概念，毕竟它从未有过这样的经验，叫它放弃自己原来的样子，那么不于是自我毁灭了吗？

“微风可以把水气包含在它之中，然后飘过沙漠，再把这些水气释放出来，变成了雨水。

然后这些雨水又会形成河流，继续向前进。

”沙漠耐心地解释。

为了传说中浩瀚的大海，小河流终于鼓起勇气，投入微风张开的双臂，奔向前方。

很简单的一个故事，却包含着深刻的哲理。

面对新的环境与挑战，只有改变自己才能改变一切。

那么，面对变化，我们的企业有没有小河流一样的勇气，去变革自己呢？

随着新技术革命的深入、经济全球化进程的加快，我们迎来的变化自然不胜枚举，对于企业来讲，真正的有决定性的变化主要来自三个方面：市场的变化、竞争环境的变化和管理运营方式的变化。

首先，市场的变化是显而易见的，市场上没有永远领先的产品或技术，消费者的需求既五花八门，千奇百怪，同时又无时无刻不在发生着变化。

新经济时代，生产力不断发展，人均收入不断提高，现代生产受生产能力的制约已经大大减弱，主要受需求数量和需求结构的影响。

人们在满足基本的生存需要之后，产生了“更高层次、更大范围、更具个性”的需要，消费需求的不不断变化要求生产方面也反映这种变化，并与之相适应。

一方面，社会生产能力相对过剩，市场竞争加剧，企业不仅仅要向顾客提供足够低价高质的产品，更重要的是不断发掘潜在市场，适应顾客个性化、多样化及快速变化的需求。

过去那些通过大规模、标准化的福特制生产方式获取低价优势的大型制造企业在多变需求的市场中已丧失了一定的竞争优势，随着产品越来越复杂，个性化要求越来越高，任何单个企业都不可能快速、经济地制造产品的全部，这要求不同企业之间精确的分工合作，每个企业只经营价值链上自己最有竞争优势的环节，而把竞争力相对较弱的环节转包出去。

“敏捷制造、柔性制造与模块化生产”成了企业组织理论的新热点。

另一方面，人类的偏好结构不断变化，需求层次不断提升，开发适应需求的新产品能使企业获得

<<速度迎击规模>>

更多的附加利润。

小规模企业往往不能支付高比率的创新开发费用，而规模大的企业通过成本分摊，能投入足够的人力物力培育自身的研究开发。

据统计，世界500强用于研究与开发的费用占全球研发费用的65%以上，平均每个企业的技术开发费用占其销售额的10%~20%。

还有一个不容忽视的因素是，虽然产品多样性的需求使大型制造企业丧失了一定的规模优势，但市场的复杂度在增加，消费者为了节约寻找比较费用，往往更加青睐美誉度高的品牌产品。

其次，企业面临竞争环境的深刻变化。

21世纪的企业面临“非连贯性”的新竞争环境，这种“非连贯性”一方面是指企业竞争激烈的买方市场的形成、竞争优势的非持续性。

例如，在经济全球化趋势，日行千里的技术变革和创新，以及迅速变化的差异化顾客需求、知识经济的兴起以及社会对可持续发展问题的日益关注的冲击下，传统意义上的优势如资金优势、规模经济、地方政府垄断等都只能是一时的、短暂的。

企业是否拥有创新原动力或异质性知识，成为连续推动企业提高效率，提升并创造连续竞争优势的源泉。

比尔·盖茨说过：“你孩子的世界不会与从前一样，他们的未来依赖于他们一生中掌握新概念、做出新选择、不断学习不断适应的能力。

”在这种全新的社会环境中，财富将首先依赖于个体和国家的学习与创新能力，特别是确定问题、找出新的解决方法和增加新价值的创造能力。

因此，人的智能和知识将作为社会的主要资本不断代替机器人和厂房！

思科CEO钱伯斯在其著名的《速度制胜论》中指出：“我们已经进入一个全新的竞争时代。

在新的竞争法则下，你不必占有大量资金，因为哪里有机会，资本就很快会在哪里重新组合。

”传统的大公司企图以规模优势压倒一切，却发现自己太庞大了，像巨大的油轮，船大难调头，需要更长的时间去改变方向，它们的大块头使信息传导变得很慢，内部沟通和交流很迟缓。

与之相比，小公司敏捷而又能够利用大公司外部资源，反而更具适应性。

<<速度迎击规模>>

媒体关注与评论

激水之疾，至于漂石者，势也。

——《孙子兵法》 在未来的10年中，企业的变化会超过它在过去50年的总变化。

如果说80年代是注重质量的年代。

90年代是注重再设计的年代，那么21世纪的头10年就是注重速度的时代，是企业本身迅速改造的年代

。是信息渠道改变消费者的生活方式和企业期望的年代。

——比尔盖茨《未来时速》 不是大鱼吃小鱼。

而是快鱼吃慢鱼。

——思科系统公司总裁约翰钱伯斯 SBU具体的体现就是速度和创新。

——海尔集团CEO张瑞敏 所谓执行力，就是速度、准度、精度、深度，广度的全面贯彻！

——鸿海集团总裁郭台铭 如果企业不能够在快速竞争的市场当中继续保持小步快跑的这么一个速度。

被人家拉下来，这就回到了一种不死不活的状态。

——盛大集团CEO陈天桥

<<速度迎击规模>>

编辑推荐

在金融危机的浪潮下，追求规模的时代已经过去，从现在起，唯有速度才能让企业飞起来！

自行车在路上跑，石头在水上漂，火箭在天上飞……原来都是速度！

麦当劳开遍全球，海尔集团稳定前进，鸿海集团称霸业界……原来也是速度！

《让石头飞起来：速度迎击规模》中文繁体版在台湾出版后即成为各大书店畅销书，企业与学校热烈团购，好评如潮！

继蓝海战略、长尾理论后，又一波撼动世界的巨大风潮——速度效应！

以全球化视野结合中外企业生存与发展的状况，兼顾现实环境、东方文化及华人思维。

打破企业追求规模的迷思，强调驾驭速度的时代趋势！

敏捷者胜，迟缓者败，是为21世纪企业的竞争新法则！

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>