

<<解放型管理（上）>>

图书基本信息

书名：<<解放型管理（上）>>

13位ISBN编号：9787508606842

10位ISBN编号：7508606841

出版时间：2006-9

出版时间：中信出版社

作者：汤姆·彼得斯

页数：265

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>

## <<解放型管理（上）>>

### 内容概要

什么是解放型管理？

推崇混乱，学习乐于冒险；四大短命——短命组织、短命组合、短命产品、短命市场；五人原则——十亿美元营收，员工不超过五人；不要时钟，不要办公室，只要绩效；解放员工，鼓励释放创业活力；先简化机构，再谈数字化；解体组织，走向人人负责项目之路…… 本书是当代管理大师汤姆·彼得斯继《追求卓越》出版之后，又一部突破自我思考束缚的革命性巨著。

彼得斯花费二十余年时间，专心研究由一群疯子和梦想家驱动的硅谷活力，从他们身上总结出21世纪企业经营的玄门奥秘：自由的代价是高绩效；中层经理人是组织精简的首要目标；裁员有科学化公式可以遵循；外包工作是家常便饭；彻底解放员工，员工要有频繁跳槽的本事；“旧大”企业因肥胖致死，“新大”网络联盟应时而生。

作者一再援引全球知名企业案例，印证这些先进的管理趋势，教导企业只有推崇混乱失控，乐于创新冒险，珍视员工的独立性和创造性，才能在浪行成风的全球市场中保持长久不衰。

## <<解放型管理（上）>>

### 作者简介

汤姆·彼得斯，全球最著名的管理学大师之一，在美国乃至整个西方世界被称为“商界教皇”。斯坦福大学工商管理硕士和博士学位，曾任麦肯锡公司顾问，现任汤姆·彼得斯公司董事长。《经济学人》称他为“管理大师中的大师”，《洛杉矶时报》称其为“后现代企业之父”，《商业周刊》根据他那些反传统的观点把他形容为“商业最好的朋友和最可怕的梦魇”。彼得斯自我描述为反叛王子、勇于失败的斗士、令人振奋的公司领导者、市场的拥趸…… 汤姆·彼得斯的著述颇丰，而且每一本都是具有世界影响的畅销书。曾与罗伯特·沃特曼合著《追求卓越》一书，轰动一时。其他代表性著作有《追求卓越的激情》、《创新圈》、《疯狂的B寸代呼唤疯狂的组织》等，一次又一次掀起全球性企业革命的大潮。

## &lt;&lt;解放型管理（上）&gt;&gt;

## 书籍目录

解放型管理（上）——无结构时代的企业序颠覆之旅第一部分：组织解体1 流行、无常、短命2 最疯狂行业的龙头：EDS3 信息是流行，公司像嘉年华会：CNN4 小而美的重工业巨兽：ABB第二部分：动如脱兔5 拔掉电脑，解放员工，做了再说：泰特弗雷6 烤肉、中世纪武士和迅雷项目：英格索兰德7 让列车长自由：太平洋联合铁路公司第三部分：信息技术8 放眼所及全是电脑痴9 先简化，再谈电脑化第四部分：摆脱层级10 剥离的组织11 专业服务公司I：追求公分母12 专业服务公司：变形虫“组织”13 专业服务公司：转型为意大利面组织14 专业服务公司IV：走向人人做项目之路15 组织积木I：释放员工的创业活力16 组织积木：最先进的自我管理形式17 失落的X因子：信任18 组织积木：神奇的布基伯格19 独立性、全球化、小而强20 网络I：垂直整合再见了，欢迎网络结盟21 网络：超级承包商的世界22 网络与市场I：积极营销公司功能23 网络与市场：追求力量24 网络化企业的一天25 组织并不存在，是吗26 知识管理结构I：组织即大学27 知识管理结构：从空间着手28 知识管理结构：建立知识基地、专家系统29 知识管理结构IV：开发和运用专家的力量30 走向“水平式升迁”31 值得期待的员工32 摆脱层级制度解放型管理（下）——企业流行与市场创新序颠覆之旅第一部分：市场与创新1 推崇混乱，乐于冒险2 最重要的准则：让市场去决定3 强大的小鱼：德国中型企业4 唯市场是从I：旧大将死，新大崛起！5 唯市场是从：尝试！打破！触摸！6 唯市场是从：异议人士与圣牛终结者7 唯市场是从：为自己松绑8 面对大矛盾：定型会成功，也会毁了适应力第二部分：流行9 天下事，事事在变10 流行、多样化、走向全球11 发光！兴奋！哇！12 使用说明书是谁写的13 盖个“卓越”工厂14 特别个案：全盘性设计观点15 “顾客化”：由顾客自编、自导、自演结语：创造与毁灭

## &lt;&lt;解放型管理（上）&gt;&gt;

## 章节摘录

软件潮来了总而言之，产品和服务的定义不断在变化，朝软性、更软性、最软性发展，人人追求时髦、流行、一夕数变。

新兴竞争对手暴增，发达国家的生活水准日益提高，新科技此起彼伏，领导时尚。

世界上没有哪个角落能免于这股狂热。

我家乡的地方报以斗大标题说：“看到食物，才知道这里是超级市场。

”加州蒙洛帕克市的醉客思杂货店，花了1000万美元整修后，既像迪士尼乐园，又像蒂芙尼，店内商品反而成了逛醉客思顺便选购的东西。

10天后，同一份报纸又以“书店翻开新篇章”为题，报道当地书店提供许多附加价值服务——请名作家演讲，附设咖啡吧、工艺品展览。

书店必须提供这些服务，否则很难与人竞争。

如此一来，书籍的地位何在？

更高明的是，大力推广加州葡萄干的“加州葡萄干”促销团体，1989年从贩卖圆领衫和其他饰品的特许权收入，比葡萄干农民销售“硬件”产品（葡萄干）所得还多。

这些变迁冲击着每个人，使人无处躲藏。

我在准备参加一场冗长研讨会的同一天，恰巧从信箱拿到两本杂志，看了三篇报道。

1991年9月14日的《经济学人》说：“可口可乐步履不稳，百事可乐大放异彩。

现在可口可乐想靠才华洋溢的好莱坞代理商重回舞台中央……许多世界级大影星的经纪公司，将成为可口可乐全球媒体顾问。

”1991年9月23日的《时代》则说：“牛仔裤明星卡尔文·克莱恩在一本116页的杂志上砸了很多钱，也引起很大争议，却未大谈他的牛仔裤。

”杂志上另一个主题也说：“加州梦……全球汽车的点子都来自洛杉矶附近领导风尚的设计公司。

”也就是说，可口可乐认为，为了夺回消费者的心，这场数十亿美元的战争，制胜关键在于不能更快速地和更多电影明星签约。

’卡尔文·克莱恩拿出大把银子，提供116页漂亮照片，却没有秀牛仔裤。

庞大的汽车市场争霸战，在加州圣莫尼卡山上的设计室开演。

加州之梦为我们带来了雷克萨斯（Lexus）和无限（Infiniti）等汽车。

电脑工业大师安迪·拉帕波特和同事施谬尔·哈雷维在1991年7/8月号的《哈佛商业评论》发表一篇《没有电脑的电脑公司》文章，谈到瞬息万变的软件凌驾于硬件之上：“到公元2000年，最成功的电脑公司，将是那些买电脑而非制造电脑的公司。

领先厂商会利用便宜得令人难以置信，但功能强大的硬件，创造并交互运用新软件、率先研究和控制新运算方法，对顾客形成深远的影响……美国企业不应把策略目标放在生产电脑上，而应该创造电脑运算经久不衰的价值。

”作者明确地表示，这种价值来自软件。

“软件”正是新流行世界该走的路，包括利用工具创造“流行时髦”的最终产品本身（电脑辅助设计、电脑辅助制造、电脑辅助工程、电脑辅助软件工程、电脑整合制造等等）；生产商、供应商、经销商间也要立即连线，利用所谓的电子资料交换，急剧压缩完成每件工作所需时间，而且要讲究流行时髦。

这是深植在产品中的智慧，也可说深植在几乎随处可见的微处理器中；从洗手间到超级市场的购物车，到家用微波炉，都有微处理器的影子。

为了设计工业产品并对使用者“友善”，“软件”是强调重点。

专家系统所用的数据库，必须能对目标客户采用新的研究方法（比方说，任天堂就直接追踪数百万客户的资料，设法满足个人需求），让每件事情变得饶富趣味。

当然了，硬件产品仍占有一席之地，但就像界屋太一所说的：“物质产品的重要性将在于作为创造知识价值的载体或通路。

”对传统经理人来说，要彻底理解这类变迁十分困难，我也不例外。

## <<解放型管理（上）>>

我读的是土木工程学，接触的是桥梁、水坝和其他粗重的东西，现在谈的却是硬邦邦、冷冰冰的数字。我们目前所处的环境，难以用语言明白表示，就像一位企业高层主管说的：“如果你摸得着，就不是真正的软性东西。

”或许这么说可以让读者更加明了：道琼斯30种工业股价指数是取30种指标股的涨跌，用以管窥美国整体经济荣枯，从一有这个指数，就列名其中的uSx（原名叫美国钢铁公司，后来为了“软化”形象才改名）以及普莱美利（本名叫美国罐头，也是为了软化形象而改名），在1991年5月被剔除，取而代之的则是迪士尼和摩根银行。

你明白其中的原因吗？

每样东西都“趋向软性化”、“瞬息万变”、“走向流行”的商业世界，也就是道琼斯指数中，迪士尼和摩根（一个是娱乐业，一个是金融服务业）取代usx和普莱美利（钢铁和罐头）的世界，这对大多数人来说，是个疯狂的世界。

但若不去面对变得疯狂的组织，以及组织里面疯狂的人，又怎能面对疯狂的世界？

.....

## <<解放型管理（上）>>

### 媒体关注与评论

继《追求卓越》全球狂销上千万册之后再掀管理热潮！

“彼得斯著作的力量就在于他强迫你关注最基本的东西——他会使管理听起来是令人难以置信的容易。

你所要做的就是把这本书放在枕头下，然后一切都会完成。

”——彼得·德鲁克 国外主流媒体对汤姆·彼得斯在企业界影响的评价：“商业最好的朋友和最可怕的梦魇。

”——《商业周刊》 “管理领袖中的领袖。

”——《财富》杂志 “管理大师中的大师”。

——《经济学人》 “后现代企业之父。

”——《洛杉矶时报》 论组织解体：以前，盛—衰——盛的周期要三代，现在大约只有五年光阴。

当市场变得短命，我们也必须变得“短命”才行。

论变革：许多变革不像教科书讲的那么难以实施。

为什么？

因为“员工渴望变革”。

如果员工真的一心求变，大变革能多快实现？

答案很惊人，几乎一夜之间。

论组织层级：明天的企业“几乎没有中层经理人”，“层级事业”时代已经结束，幸存下来的经理人和员工会被导向项目模式…… 论创新：微软唯一的资产是人的想象力。

在这个靠脑力创造价值的时代里，要如何“管理”人的想象力？

管理者应该“松手”，创造一个适于表达任何想法的环境。

论流行：想在任何商业层面长袖善舞，必须取得流行学科的博士学位——这个博士学位的寿命或许只有几个月或顶多几年，便不管用了。

<<解放型管理（上）>>

编辑推荐

《解放型管理：无结构时代的企业（上）》是当代管理大师汤姆·彼得斯在出版《追求卓越》十年后，突破自我思考窠臼的革命性巨作。

他花四分之一世纪专心研究由一群疯子和梦想家驱动的硅谷活力，从他们身上归纳出21世纪企业成功药方，包括：一再的失败是被允许；自由的代价是高效率。

中级经理人是组织削减人力的首要目标。

裁员有科学化公式可循。

外包工作是家常便饭。

不要查队解放员工。

员工要有剽窃、频繁跳槽的本事。

“旧大”企业因肥胖致死，“新大”网络结盟应时而生。

资讯、知识、智回将取代土地、原料、资金成为生产最重要因素……作者一再引用成功实例印证这些先进的管理趋势；教导全业和个人学习推崇混乱失控，乐于创新回险，视个个员工为独立“脑件事业”，才能应付流行成风的全球市场。



<<解放型管理（上）>>

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>