

<<没有对手的竞争>>

图书基本信息

书名：<<没有对手的竞争>>

13位ISBN编号：9787800808036

10位ISBN编号：7800808033

出版时间：2008-3

出版时间：群言出版社

作者：彼得·芬加

页数：171

译者：曾鹰

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>

<<没有对手的竞争>>

前言

## <<没有对手的竞争>>

### 内容概要

《没有对手的竞争：21世纪的商业模式与企业竞争策略》作者指出，要想在激烈的竞争中生存下去必须疯狂地关注商业流程，并且一刻也不能停下创新脚步。

任何对这一问题没有产生危机感的读者和公司一定会被时代所淘汰，而且其速度之快令人咋舌。

为了在残酷的竞争中胜出，我们首先要与自己竞争。

“在防御中成长”始终是我们坚守的策略，与此同时，我们也在不懈地追求攻防结合的目标。

简而言之，我们别无选择，只有努力向彼得这本精彩的著作中描写的极端竞争者看齐才能生存。

<<没有对手的竞争>>

作者简介

## <<没有对手的竞争>>

### 书籍目录

序一序二前言第一篇 21世纪伟大的商业变革第一章 面对残酷竞争,你准备好了吗第二章 极端竞争时代第三章 驱动变革的五大核心力量知识成为商业资本互联网大型运输工具三十亿新资本家新IT第二篇 主导21世纪商业的极端竞争第四章 极端消费者第五章 极端创新运营创新机构创新供应创新核心能力创新销售创新产品及服务创新创新的自我改变第六章 极端个人第七章 极端顾客化第八章 极端商业流程共享后勤办公室的服务共享有形及无形资产第九章 极端团体第十章 极端供应链第十一章 极端体验和自助服务第十二章 极端模糊的工业界限第十三章 极端教育和学习第十四章 极端政府第十五章 极端医疗保健第十六章 极端时间创新的步伐第十七章 极端变化第十八章 极端专业化第十九章 极端名牌第三篇 极端竞争时代的制胜策略第二十章 极端竞争的策略采取行动时机就是现在像忠诚的仆人一样为顾客服务159着眼于世界做个超级专家与超级专家建立联系做个品牌大师,为品牌而战拥抱以时间为基础的竞争模式掌握流程并融入其中掌握新IT提供以流程驱动的自助服务提供产品和服务和体验当个好公民策略综述

## &lt;&lt;没有对手的竞争&gt;&gt;

## 章节摘录

极端竞争时代我们从来没有经历过目前这种状况：所有白领工作迅速实现全球化；跨国公司的影响力不断扩大（如通用公司、花旗集团和埃克森美孚公司）。

这些跨国公司不仅统治了整个商业领域，而且超越了任何政府的控制范围——事实上，他们的游说能力非常强大，有时人们甚至认为他们能够控制政府的决策。

不过对于这些大型公司和其他在全球经济中冉冉升起但知名度略差的新星公司而言，它们的优势并不在于其庞大的规模，而在于商业运营和信息技术的结合，它们能够将全球商业生态系统的每个人和每部机器都连接在一起。

无论拥有成千上万名员工的大型企业还是独资业主都在永无止境的创新过程中努力将自己与其他公司区别开来，避免陷入大众化的模式而失去自己的特色，这样它们才可以理直气壮地为自己独特的商品和服务收取额外费用。

人们通过一次创新活动就能赢得稳定的市场份额并且获取竞争优势的时代已经一去不复返。

如今所有公司都必须留意本行业中那些名不见经传的新竞争者。

而且他们需要的不仅仅是创新，他们必须确定创新的步伐，每一个阶段进行一次创新，一旦获得阶段性竞争优势后就立即向下一次创新迈进。

这些过去从未出现的新情况要求人们面对网络连接日益紧密的全球市场时必须采用全新的管理方法，并且具备创新的实践能力。

无论公司的规模是大还是小，它们取得成功的核心能力不仅包括察觉市场变化并做出反应的能力，而且包括预测消费者的需求，对市场产生决定性影响的能力。

许多公司都在力图驾驭21世纪商业竞争中的新气象。

在这个过程中，他们往往将约瑟夫·熊彼得的观点“创造性毁灭”奉为革新的金玉良言，将技术的角色定位于变革的手段。

当我们尖叫着踢腾着被不情愿地拖入21世纪时，我们毫无疑问见证了后工业化时代中新型公司的诞生过程。

他们的公司结构、经营理念、运营原理和面对的挑战都与过去截然不同——他们颠覆了20世纪人们所奉行的商业原则。

这些可怕的新型竞争者就像著名的足球教练杰克·盖瑟描述的那样：“机敏、可塑性强并且（通常）充满敌意”。

他们对20世纪的商业理论、教条和实践操作都提出了质疑。

还记得西尔斯曾是零售业的八百磅大猩猩吗？

还记得三角洲公司过去是业界最成功的航空公司吗？

还记得在饭店里点过的“滴滴香浓，意犹未尽”麦斯威尔咖啡吗？

还记得你打算购车时在三大汽车制造商之间再三徘徊吗？

还记得十几年前全球化的内容不过是将蓝领工作外包给其他国家，而且你认为这个名词永远不会再出现于政治辩论吗？

毫无疑问某些新事物正在商界悄然兴起，只是我们还无法精确地将它们描述出来而已。

21世纪的新型竞争者已经成功地将商业运营和科技手段结合起来。

优秀公司的技术领袖和商业领袖不再各自为政，拼命与对方一争高低。

如今他们学会了相互扶持，荣辱与共。

这些新型公司将互联网作为公司的数字神经系统对核心商业流程进行深层的结构调整。

他们的创新活动不仅包括开发讨人喜欢的新型产品，而且包括提升产品的相关服务水平。

如OnStar起初是IBM公司“青出于蓝”实习组中“蓝色辛烷”项目开发出的产品。

通用公司采用这种技术后卖给消费者的不仅是车辆，而且是让他们拥有了优质的后续服务，实现“心静如水的驾驶体验”。

公司的创新范围包括公司的运营方式、为顾客提供服务的方式、工作方式以及满足顾客要求的方式。他们所做的不仅仅是为顾客提供产品或服务。

## &lt;&lt;没有对手的竞争&gt;&gt;

正如星巴克的成功经验所示，他们为顾客提供了全新的体验，这足以让人们乖乖掏腰包支付更多的费用，甚至改变生活方式。

这些新型公司常常走遍天涯海角寻找每小时薪水为0.09美元的工人和年薪为20,000美元的科学博士。他们像编织精美的挂毯一样和贸易伙伴制定出精密的新型商业流程，让顾客享受到前所未有的但是有能力支付的便利条件，特别是那些在改变游戏规则的创新活动产生作用之前还属于非消费者的人群。这种做法颠覆了整个行业。

创新活动的先驱者印度Novatium公司曾经提出这样的口号：“为下一个十亿消费者生产计算机”。为巴西、中国、印度、俄罗斯和发达国家收入较低的工人提供可支付的大众型计算机（如售价为100美元的个人计算机）将是计算机市场中下一个有待开发的市场，也是最大的金罐子。

“我们是新兴市场并不意味着我们需要劣质产品。

”——拉杰什？

贾因（Novatium创始人兼董事会成员）他们试图用密歇根大学商业专家C？

K？

普拉哈拉德的理论来解释这种情况：金字塔底层的财富。

普拉哈拉德创作了著名的《金字塔底层的财富：通过利润根除贫穷》。

当大多数公司仍然对富足的西方市场趋之若鹜，努力将自己的产品和服务推销到那里时，印度的塔塔集团正在生产售价为2,200美元的汽车。

从100美元的个人计算机到2,200美元的汽车，这些创新之举帮助公司在未开发的市场上获得巨额利润，而且由此可以更加顺利地进军发达国家。

错失这种商机的公司不仅错过了抢占亚洲、中东、非洲和拉丁美洲等新兴市场的机遇，而且发现无论自己的势力范围是否在发达国家，可怕的新竞争者都会气势汹汹地踏上他们的领地，大肆破坏他们已经占有的市场（如果你愿意可以把这种现象叫做“回爆”）。

需求的确是创新之母。

新型公司建立起可以接收到遥远的需求信号的数字信息网，利用它们敏锐的触角感觉网络上最微小的颤动并且及时做出反应（专业人士通常将这种情况称作“复杂事件处理”）。

他们利用公司内部以及价值让渡系统内产生的实时信息触发消费者商业流程，利用网络满足消费者、员工、供应商和贸易伙伴的各种需求。

当公司的消费者和商业伙伴可以通过数字“管理员”功能使用流程驱动的自助服务时，到公司的服务中心寻求帮助的消费者和商业伙伴人数也随之逐渐减少。

这种做法能够让公司获得双重利益：大幅降低顾客服务的成本；让顾客体验到自力更生解决问题的全新体验并让他们为之欢呼雀跃。

他们坚持“按需生产”的策略而非“按预测生产”。

他们不仅根据顾客发出的需求信号坚持灵活的生产方式而且采取灵活的研发投资策略。

如同很久以前的荷兰黄金时代一样，这些新型公司代表了“新商人阶层”。

Wikipedia.org网站曾经就此指出：“这个商业阶层的地位与商人在前现代社会中的地位一样。

他们的地位或者至高无上（在某些国家，商人被冠以商业王子或者商贾巨子的美誉）或者卑微下贱（如中国文化将商人视为地位最低的人群，因为他们从‘单纯的’贸易而不是‘体力劳动’中获取利润的能力被人们所诟病）。

荷兰东印度公司自1602年建立后接掌了荷兰对亚洲贸易的垄断权，并且将其统治地位延续了两个世纪左右。

它也许算得上17世纪全世界最大的企业。

大量调味品通过东印度公司进口到其他国家。

尽管这一过程费尽周折而且东印度公司为此承担了巨大的风险，但是由于人们对调味品的需求永无止境，所以他们从中攫取了巨额利润（不太新鲜的食品需要靠调味品掩盖它们的异味）。

1609年人们创建了阿姆斯特丹汇兑银行，这比英国的首家汇兑银行整整早出一个世纪。

”如今许多公司利用互联网无限延展自己的商业流程，就像当年的荷兰东印度公司一样，“从稀薄的空气”中也能获得利润。

## <<没有对手的竞争>>

这些新加入的竞争者被称作“后工业家”。

工业革命的第一股浪潮促进了工厂的兴起。

厂主可以通过工厂组织人们有计划地工作并产生财富。

工厂里的工人取代农场工人成为新兴的“中产阶级”，而且慢慢地侵占了原本由商人阶层独家掌握的财富。

随着工业化进程对资本的大量需求，“公司”于19世纪左右问世而且迅速发展起来，随之出现了一系列经济现象：世界上第一个跨国公司、知识产权、有限责任公司、工会、商业银行、商业学校、妇女迈出家门踏进职场。

现在确实已经出现了新型竞争者，虎视眈眈地准备把你的公司拖入极端竞争。

这些新竞争者不再是父辈所面临的对手，他们的挑战迫使你无法再泰然自若地按照固有的模式运营。

彼得？

德鲁克曾经对这种现状做出详细的解释：“有件事是确凿无疑的：将来不会只存在一种公司形式，而是多种公司形式并存。

现代公司曾经同时诞生在三个国家：美国、德国和日本，但它们之间毫无关联。

这是一种全新的经济结构，它们与过去数千年流行的‘经济实体’（即个人经营或拥有所有权的小规模企业）没有半点相似之处。

世界上第一家商业数据调查机构——英格兰的‘麦克兰报告’——发现，一直到1832年时，几乎所有公司仍然是私营企业，而且公司员工不超过10人。

40年后拥有数千名员工的新型经济结构出现在人们的经济生活中，如在美国联邦政府、州政府以及德国银行的支持下建立的美国铁路公司。

80年前，通用首先创建了如今各大公司广泛使用的组织概念和组织结构，同时提出高层管理的观点。

现在通用正在尝试一系列全新的机构模式。

它已经大刀阔斧地进行自我改革，从通过所有权掌控公司的‘一元化公司’转变为通过管理技术掌控公司的集团公司。

它通常不持有公司的多数股份。

譬如，通用现在拥有菲亚特公司的控制权，但没有所有权（菲亚特本身也是历史最为悠久而且规模最大的汽车制造商）。

此外，它还控制了瑞典萨博和两家规模相对较小的日本汽车制造商：铃木和五十铃。

”现代公司的出现造就了现代社会的基本商业模式，即公司成为主人，而全职雇员成为公司的仆人。

员工必须努力工作，否则一旦离开公司就无法谋生。

按照公司的设计目标，它应该用单一的管理来控制所有相关的运营活动以降低产品生产和服务过程中的“交易成本”。

约翰？

F？

洛克菲勒当年就利用这个模式将标准石油信托公司发展成迄今以来利润最丰厚的公司，之后亨利？

福特进一步完善了这个模式。

福特汽车公司的经营范围几乎包罗万象：钢铁、发动机、汽车车架和轮胎。

如今它已经实现纵向联合的目标，它在南美洲拥有自己的橡胶树种植园，公司使用自己的火车将原材料运到工厂后再用这些火车把成品运往市场。

福特公司甚至拥有自己的“工厂警力”来监视工人，防止工人与工会团结在一起。



## <<没有对手的竞争>>

### 媒体关注与评论

为了在残酷的竞争中胜出，我们首先要与自己竞争。

“在防御中成长”始终是我们坚守的策略，与此同时，我们也在不懈地追求攻防结合的目标。简而言之，我们别无选择，只有努力向彼得这本精彩的著作中描写的极端竞争者看齐才能生存。

——约翰·F·卡西迪（辛辛那提贝尔公司总裁兼首席执行官） 亚洲和东欧的公司带来了截然不同的新产品或服务。

他们悄悄地偷走市场份额，将许多公司淘汰出局。

《没有对手的竞争》用流畅的文笔描述了各个公司如何从基本理念入手，重新审视公司的运营策略。唯有如此。

他们才能适应21世纪残酷的竞争。

——洛克希德·马丁（IS&S公司项目组首席技术官） 对于众多商业领袖而言，彼得·芬加就像清晨刺耳的闹钟。

他直言不讳地指出，要想在激烈的竞争中生存下去必须疯狂地、甚至病态地关注商业流程，并且一刻也不能停下创新脚步。

任何对这一问题没有产生危机感的读者和公司一定会被时代所淘汰，而且其速度之快令人咋舌。

彼得·芬加绘声绘色地为我们描述了未来发展的前景：全球化和技术革新带来更多机遇的同时也衍生出更加激烈的竞争，而且迫在眉睫。

本书是所有希望把握时代先机的商业人士必备的成功之书。

——基兰·加里麦拉（通用电气医疗财务服务公司首席信息官） 世界经济正在处于重大的转型期。

许多行业的经营规则此时此刻就在我们面前不断地发生变化。

所有公司都必须探求这个问题的答案：当网络将全世界越来越紧密地连接在一起时，本行业的经营规则将会发生怎样的变化？

《没有对手的竞争》针对这些问题进行了透彻精辟的分析，并且为们指明了前进的方向。

——爱德华·c·格雷迪（布鲁克斯自动化股份有限公司首席执行官）

## <<没有对手的竞争>>

### 编辑推荐

《没有对手的竞争:21世纪的商业模式与企业竞争策略》由群言出版社出版。

亚洲和东欧的公司带来了截然不同的新产品和新服务。

它们悄悄地抢走市场份额，将许多公司淘汰出局。

《没有对手的竞争》用流畅的文笔描述了各个公司如何从基本理念入手，重新审视公司的运营策略。

唯有如此，才能适应21世纪残酷的竞争。

《没有对手的竞争:21世纪的商业模式与企业竞争策略》是所有希望把握时代先机的商业人士必备的成功之书。

<<没有对手的竞争>>

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>