

<<破坏性创新>>

图书基本信息

书名：<<破坏性创新>>

13位ISBN编号：9787506037662

10位ISBN编号：7506037661

出版时间：2008-4

出版时间：东方出版社

作者：弗朗西斯·麦肯纳利

页数：203

译者：刘芳

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>

## &lt;&lt;破坏性创新&gt;&gt;

## 前言

这件事发生在1992年。

一天，我与工作上的长期搭档约翰·怀特路过华尔道夫大饭店对面的松下商品展厅时，决定顺便进去看一眼。

当时，我们正在写一本书，分析日本经济停滞不前的原因。

在信息成本降低时，聪明的企业会想尽办法缩小与顾客之间的距离。

与此相反，日本的企业与顾客之间的距离却越来越远。

除了汽车以外，日本企业在世界上的市场占有率不断地降低，销售额与利润也随之骤降。

如果我们要想找出日本企业失败的症结之所在，并将其与世界上获得成功的商业模式相比较，就必须拿出全新的组织管理方案来。

如此说来，我想起20世纪80年代初，我们还就职于经营市场调查公司——北方商业信息

(Northern Business Information, NBI, 现隶属于嘉特纳集团)的时候，曾作出过“日本迟早会成为世界信息产业的霸主”这样错误的论断，这使我们更想搞清楚我们错误的原因。

不出所料，松下的展厅里商品摆放得乱七八糟的，这充分体现了日本企业对待顾客的呆板和迟钝意识。

只是将商品摆放在那里，根本不让试用，就算可以试用也没有什么意思，年轻的职员们丝毫看不出一点生气。

我们意识到继续在展厅里待下去也没什么收益。

约翰说：“可能负责这个展厅的，是一个对计算机的使用方法不太了解的经营者吧！

真是了不起啊！

什么都没卖出去，不管走到哪儿都让人不知所措。

我怀疑到底有没有人来这儿买松下的产品啊！

” 一年后，我们的著作《日本的弱点》终于出版了。

没过多久，约翰就从周围的人那里听说，那人在松下商品展厅工作的妹妹被解雇了。

听说是几个干部过来把这间展厅给关了。

我们认为这是件很自然的事情。

## <<破坏性创新>>

### 内容概要

2000年6月，当中村邦夫坐上松下电器总经理的位置之时，他就意识到，世界范围内的激烈竞争使松下进行改革的时间已经所剩无几，他必须在5年内完成格斯特纳在IBM10年所完成的事情——是收获辉煌的成功还是被打倒的惨败——中村邦夫一开始就是一个风险的制造者和一承担者。

在1987年去美国就任的时候，中村已经领悟到，要想重振松下，必须对企业的个别部门进行重建，必须对系列企业进行分公司化，必须对董事会进行彻底改革。

中村自己曾这样说道：“姐果没有在美国的那段经历，我可能不会当上松下的总经理，也不会着手进行改革。

”

## <<破坏性创新>>

### 作者简介

弗朗西斯·麦肯纳利，他是北河风险投资公司（North River Ventures）总裁；生于英国，长于加拿大，并在多伦多大学就读经济学专业。

北方商业信息（Northern Business Information）的副总经理，以经营咨询公司以及北河风险投资公司起家，直到现在。

30年来一直给日本企业做顾问，以日本通著称。

主要作品有：《日本的弱点》、《高明的企业》、《速度经营革命》等。

## &lt;&lt;破坏性创新&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 第一部分 天亮前 第一章 落后的松下 20世纪90年代,日美之间“彼此的差距” 松下存在的主要问题 笼罩着整个组织的闭塞感 自立再生可能吗? 20世纪末松下的课题 第二章 中村邦夫的足迹 40多岁时去美国 看到了优先顺序 改革的草案《数码革命》 服务产生了收益 FF式石油温风机事件的考验 升起改革的狼烟 第二部分 基本理论 第三章 足球理论 “足球经营”的出发点 以“摩尔时间”为基准的经营判断 指标简单来说有两个 现金化的速度有助于创造价值 企业调查的要点53 确认自己公司所属的范围55 足球指标和摩尔时间59 两极化不可避免 第三部分 V字复活 第四章 改革概要 剩下的时间已不多 同时进行的课题 重新审视利润结构 经营团队的再激活 以高层可以自己直接支持的体制为目标 改革的组织结构:“创生21世纪”“跃进21世纪” 组织的合理化:领域公司制 2001年,灾难之年 利用危机放了一把火 应该留下的问题是什么? 不能退却只能前进 分公司的合并与重组 销售部门的改革 垂直发售的实践 海外市场的加强 “Techno story”计划 董事会的改革 第五章 成长基础的改革与培养 投资目标的设定 下游风险(Downside-Risk)的防止 面向“超制造业”的IT革新 走向灭亡的自前主义 Cell生产方式 产品与服务相结合 重新审视全球化的销售额构成 构筑共同的企业文化 女性的作用 第六章 品牌的改革与产品的重组 品牌的改革:Panasonic ideas for life 松下中心:为品牌作出的贡献 产品的重组:“V商品”与“通用设计” 黑匣子技术是关键 通用设计(Universal Design)的采用 Tough Book 等离子显示器 是非现实的挑战吗? 怎样才能简化过程 数码相机 斜筒式洗衣机 给成熟市场带来了动荡 汽车电子 半导体 第七章 改革成果的验证与剩下的课题 松下的足球理论的运作 现金流的改善 世界同步上市·垂直发售 绿化:与地球环境的协调 松下电工的分公司化 手机的失败 两个打击 在北美市场的挫折 存在突破吗? 第四部分 启程 第八章 明日的松下 外部风险 网络空间膨胀的速度 数码市场的通货紧缩现象 因特网上的黑洞 松下的未来致谢

## &lt;&lt;破坏性创新&gt;&gt;

## 章节摘录

这些因素相互作用，迫使企业做出应对。

历史在前进，而松下却停滞不前的状况使中村邦夫体会到了强烈的危机感。

他不想松下重演泛美航空的悲剧。

指标简单来说有两个 成功的企业会有效地利用信息速度，迅速将顾客信息转化为现金，并为股东产出利润。

一切都由速度决定，而速度又由IT决定。

规模、范围、产品、技术等也很重要，但绝对不会成为决定性因素。

有效利用IT，将所有的资产及运作推到与顾客产生接触点的表面，能够做到这样的企业就能成为足球型的组织。

这样的组织几乎不存在隐藏在内部的信息，并可以用更低的成本创造更大的成就。

这种构造既平坦又迅速，既坚固又柔软。

现有资金和资本的利用率很高，能吸收所有市场中产生的自由现金流量，并可以使其他竞争对手蒙受损失，企业可以以这样一种状态壮大起来。

而且不仅强大，还是一个可以给其他公司带来致命性打击的竞争对手，同时可以借助和顾客面对面的接触获得大量的固有信息。

这样一来不仅可以生产出优秀的产品与服务，还能建立品牌的优势地位。

总之，“足球型”企业具备“信息的快速”、“强度”、“柔软度”、“敏捷度”这些属性。

能将这种坚固而柔软的构造保持下去的就是“网络”。

由于企业和顾客、供应者以及企业内部天衣无缝的连接成为可能，分权化后的平坦组织也就成为可能。

与足球相反的是既迟钝又缓慢的“铅球”。

典型的“铅球型”企业，往往资产和运作的密度过高，反而不能将顾客信息与销售额迅速地联系起来，总是为内部的负担而烦恼，毫无建树地把时间都浪费了。

而且，在信息成本不断降低的过程中，价值和雇用都被破坏了。

这两种类型的差别很明显。

戴尔的员工平均每人的销售额为85万美元以上，家电商通常为25万~30万美元。

<<破坏性创新>>

编辑推荐

全球商业典范，继任者的使命，告别创始人的松下复兴。  
全面解读松下V字形崛起之谜，中村邦夫带领松下如何启动利润复活计划。

<<破坏性创新>>

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>