第一图书网, tushu007.com

<<只有危机感强烈的人才能生存>>

图书基本信息

书名：<<只有危机感强烈的人才能生存>>

13位ISBN编号：9787508044118

10位ISBN编号：7508044118

出版时间：2008-1

出版时间：华夏

作者：王非庶

页数：196

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

“危机并不遥远，死亡却是永恒的，这一天一定会到来，你一定要相信。
从哲学上，从任何自然规律上来说，我们都不能抗拒，只是如果我们能够清醒认识到我们存在的问题，我们就能延缓这个时候的到来。
”　　——任正非（深圳华为技术有限公司总裁）　　在迪斯尼影片《冰河世纪Ⅱ》中，地球上的冰河期就快要结束了，大大小小的动物们都在欢天喜地地庆祝水世界即将来临，一片歌舞升平的景象。
因为冰块即将溶解，地球表面形态将进一步分化成海洋和陆地——新的纪元也即将诞生！
所有冰河时期的动物都非常高兴，欢呼雀跃地迎接水上世界的来临，面对喷泉、清水、激流，以及冰雪融化的奇景，所有的动物都沉浸在水上乐园带给它们的欢乐之中。
　　然而，影片中机警的猛犸象曼尼、树獭希德及剑齿虎迭哥却警觉到天气正在剧烈变化，巨大的冰川正发生着大规模的崩解。
他们察觉到周围融化和崩塌的雪山将会形成洪水，他们赖以生存的乐土很快就会成为一片汪洋。
因此，他们必须承担起警醒所有无忧无虑的动物，并且带领他们逃离即将化为汪洋的灾难之地的重任……影片在最后安排了一只船来拯救他们。
最后，历尽艰险，幸免于难的动物们终于登上方舟，躲过了灾劫。
　　影片虽然是一部喜剧片，但在幽默诙谐中却为我们带来了一丝沉重的担忧——貌似巍峨的冰山下，潜流暗涌，冰雪的消融随时会让冰山毁于一旦。
如果你不去注意这些潜在的危险，并且不知道如何应付这些危机，那么等待你的将是不可逆转的灭顶之灾。
　　《冰河世纪》虽然是一部动画电影，但却可以看成是全球环境恶化和人类生存危机的一个隐喻。
冰山四漂、冰川融化现象其实是地球自然环境变化和恶化后显露的“冰山一角”。
统计数据表明，两万年来，南极洲冰川面积的2／3已经消失。
　　全球变暖，冰川日益融化，最终可能导致海平面加速上升，最终物种大量消失，整个人类的生活将面临灾难。
如今，日益恶化的环境问题，已经让越来越多的人开始感到生存危机已近在眼前。
同样，全球化竞争和微利时代的来临也让每个企业脚踏随时会融化和崩塌的冰山。
每一个企业经营者都应当意识到，冰山在融化，企业危机时代已经来临。
　　这一点，看一看全球企业“寿命”，我们就会明白。
　　统计数字表明：世界500强企业平均寿命为40岁，跨国公司平均寿命为12岁。
　　全球华人家族企业平均寿命为10.3年。
　　中国500强企业平均寿命为10年。
　　中国民营企业的平均寿命为2.9年。
　　1955年的财富500强企业中仍然存在的只有一半。
　　1977年标准普尔500强企业中只有74家还存在。
　　如今，全国的老字号企业有70％已经“寿终正寝”。
　　绝大多数企业的寿命还不到人类平均寿命的一半，即35岁，其中“天折”的企业更是不在少数。
而全球化时代的来临，对于本来已经危机四伏、凶险重重的企业来说更是雪上加霜。
如今衡量企业成功的标尺已经不再是做大或者做强，而是生存！
　　管理大师德鲁克有一句名言：“企业的首要责任是活着。
”　　华为技术有限公司的总裁任正非多次强调：“我现在想的不是如何去实现利润最大化，而是考虑企业怎么活下去，如何提高核心竞争力的问题。
”这话看似低调保守，但仔细琢磨，这却正是一个有责任感的企业家首先应该具备的智慧。
　　王嘉廉先生是美国CA公司的首席执行官，著名的美籍华裔企业家。
有一次，一名记者在采访时问他什么是他最放在心上的事情时，王嘉廉道：“最放心不下、惴惴不安的事情是能否为我的员工们全额发出下个月的薪水！
”　　盛大集团的CEO陈天桥先生回首盛大的创业历程时说，自己每一年里都承担了别人10年的风险

。
危机自始至终一直伴随着盛大。
遭遇过投资方突然撤资，遭遇过与合作伙伴对簿公堂，遭遇过黑客的大规模袭击，也遭遇过竞争对手“举报”所谓的偷税漏税……　　联想集团的CEO杨元庆认为，公司业务发展越顺利，就越要有危机意识。
　　大凡那些“常青树”企业都有一种危机经营的意识：它们都不相信过去已经取得的成绩，不相信已经占有的市场地位，不相信已经积累下来的资产；它们唯一相信的是：未来之路还会崎岖不平，必须“如履薄冰”地面对未来。
就像IBM总裁葛士纳所说的那样：“长期的成功只有在我们时时心怀恐惧时才可能实现。
不要骄傲地回首过往成功的战略，而是要明察什么将导致我们未来的没落。
这样我们才能集中精力于未来的挑战，让我们保持虚心、学习的饥饿及足够的灵活。
”　　从华为的“冬天”到海尔“永远战战兢兢，永远如履薄冰”，从微软的“微软永远只离破产有18个月”到英特尔“只有偏执狂才能生存”的生存理念，都向我们揭示了这样一个道理：企业危机时代已经来临，危机感是企业长青的基石。
企业只有树立危机意识，做到平时如战时，战时如平时，才能够应对随时可能出现的危机，实现可持续发展，如果丧失了危机意识，再强大的企业离破产也只有一步之遥。

内容概要

《只有危机感强烈的人才能生存》由华夏出版社出版发行，内容详实丰富，是一本不可多得的好书。
长青企业奉行的第一生存理念，优秀员工遵循的职场成功箴言！
正被华为、海尔、联想、蒙牛、万科、杉杉等50余家中国优秀企业推广学习的文化理念、核心价值观和工作准则！
树立危机意识，是职业人从优秀迈向卓越的关键！
一个具有危机意识的员工，能够见微知著，在危机降临之前做足防范！
一个有强烈危机感的员工，能够自我升级，告别时刻存在的本领恐慌！
一个具有危机文化的企业，能够主动变革，在市场的变化中立于不败！

书籍目录

冰山在融化：企业危机时代已经来临成功后的衰败：中国企业为什么“富不过三代”／3“华为冬天”的启示：最危险的情况是你意识不到危险／7海尔公司的“斜坡球体”理论／10快鱼吃慢鱼：商战赢家的生存法则／12惧者生存：长青企业的永恒法则海尔——“永远战战兢兢，永远如履薄冰”／17微软——“微软距离破产永远只有18个月”／20英特尔——“只有那些危机感、恐惧感强烈的人，才能够生存下去”／23小天鹅公司——“稍不留神，落入万丈深渊”／25杉杉——“与鲨鱼同游才能够长得更快”／28危机感缔造企业竞争力危机感也是一种生产力／33危机感是敬业精神的源头／36危机感缔造企业竞争力／40危机感凝聚团队战斗力／43危机感塑造“人人参与”的企业文化／46危机是个人成长的良机危机感是个人成长的信号／51不换脑袋就换人／53真正的进步是比别人进步得更快／57因为看重，所以施压／59V型思维：把工作危机变成成长机遇／62危机来临之前，准备赢得一切预见危机，才能更好地避免危机／69一叶知秋，用心方能见微知著／72危机来临前，准备好你的“诺亚方舟”／76欢迎工作中的“坏消息”／79为公司把脉，做公司的“健康卫士”／82超前意识，让你在变化中掌握主动／85不仅要用放大镜，更要用显微镜看危机危机藏于细节——警惕工作中的“马蹄铁现象”／91蝴蝶效应：企业中没有孤立的问题和责任／94“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”／98不仅要用放大镜，更要用显微镜看危机／101工作中的小细节，客户心中的大问题／104追求“零缺陷”，不做“差不多先生”／106适者生存，为工作添一点“狼性”《狼性的呼唤》：一封激活联想文化的战斗檄文／111竞争——王者之间的残酷游戏／114狼——你的生命哲学是战斗／116群狼无敌——团队打天下／120纪律至高无上／123执行力决定战斗力／126主动适应，激活你的变革之心老板为什么会下岗／133爬不出地面的“蝉猴”／135走出生命周期的“厄运循环”／137IBM——点燃一把火，大象也能跳起舞来／140管理者不可不知的“熵定律”／143柔性生存：未来生存的大趋势／146善待危机，提升团队绩效Yerkes-Donson规律：适度的焦虑会提升你的工作绩效／151深航公司的“道沟理论”／156“人人是人才，赛马不相马”／159巴顿将军的“欢喜冤家”／162激发企业活力的“鲶鱼效应”／164结果至上：推走阻碍公司发展的巨石／168善对压力：压力使人干好一时，热爱使人干好一生／171自我升级，告别“本领恐慌”舒适使人流于平庸，磨难让人变得不凡／177主动追求晋升，绝不安于现状／180第一时间内补齐自己能力上的“短板”／185先升值，再升职／188自我升级，告别“本领恐慌”／191

章节摘录

为什么人人都要树立危机意识？
答案很简单，就是因为“生于忧患，死于安乐”。
安逸的环境过惯了，公司的老板打小白球，高级职员天天应酬，基层员工则做一天和尚敲一天钟，时间长了，企业不仅会失掉竞争力，甚至连生存也会成为问题。
经营企业如同逆水行舟，一旦失去危机意识，不思进取，眼前顺境很快就会变成困局。
很多企业在市场形势、社会环境一片大好时往往会盲目乐观，丧失危机意识，一旦情势逆转，市场疲软、订单锐减的时候再提危机往往为时已晚。
危机感是企业赢得竞争力，实现长青发展的重要保证。
因此，一些有远见的企业家十分重视员工危机意识的培养。
当企业内部到处弥散着“无所谓”或者盲目乐观的论调时要能够痛下猛药，唤起员工的危机意识，海尔集团的CEO张瑞敏就是这样一位有远见的企业家。
从20世纪80年代中期到90年代初，国内面临着短缺经济的考验，“卖方市场”左右供求矛盾，那时候电冰箱是凭票供应，次品都有人抢购。
家电企业都认为赶上了赚钱的大好机会，拼命进口散件，组装起来上市变卖现钱。
在这种风气下，国内很多家电企业的员工都普遍缺乏一种危机感和质量意识，当时海尔也是这样，公司上下到处弥漫着“差不多”、“无所谓”的风气。
当时中国已经从国外引进了全面质量管理，但并不成功。
很多员工也没有“质量在我手中，我左右着企业的兴衰命脉”这样的观念，因此，时任海尔厂长的张瑞敏在苦苦寻觅一个契机，希望能够在员工中树立起危机意识。
1985年，一位用户来信反映，近期工厂生产的冰箱有质量问题。
张瑞敏突击检查了仓库，发现库存中不合格的冰箱还有76台。
在研究处理办法时干部提出两种意见，一是作为福利处理给本厂有贡献的员工；二是作为“公关武器”处理给经常来厂检查工作的工商局、电业局、自来水公司的人，让他们能够与海尔心往一处使。
可张瑞敏却作出了一个出人意料的决定：76台冰箱全部砸掉。
张瑞敏召开全厂各部门人员参加的现场会，确认了每台冰箱的生产人员，拿出一把重磅大锤，由事故责任人当着全厂职工的面，将76台冰箱全部砸毁。
张瑞敏和总工程师杨绵绵承担责任，扣了自己的工资。
全厂员工亲眼目睹了那些人流着泪水砸冰箱的情景，开始明白厂长的意图——没有严格的立厂之道，哪有海尔的前途。
因此，张瑞敏忍痛下达了“砸”的命令。
嘭嘭的锤声，砸跑了当时全厂员工3个月的工资，也砸碎了昔日靠二等品、三等品、等外品也能过日子的旧梦。
对于当初的情形，一位老工人如此回忆：“工厂还在负债，当时冰箱也很贵，并且这些冰箱也没有多少毛病，也许只是外观上的一道划痕，但张总说它们不能出厂。
因为如果把它们卖出去，导致工厂资不抵债的错误就会继续下去。
”　　冰箱公司的老职工胡秀凤说，忘不了那沉重的铁锤，高高举起又狠狠落下，76台质量不合格的成品冰箱顷刻毁于一旦。
它砸碎的是我们陈旧的质量意识，唤醒了我们去努力提高自身素质。
有了质量，我们才有了现在的一切。
从此，在家电行业，张瑞敏以“挥大锤的企业家”著称。
至于那把著名的锤子，海尔现在把它摆在展览厅里，让每一个新员工参观时都记住它。
1999年9月28日，张瑞敏在《财富》论坛上说：“这把大铁锤为海尔今天走向世界是立了大功的。
”　　中国有一句成语叫做“矫枉过正”，指的是更正过去的错误不要过度了，以免制造出更多的错误。
不过有人认为：过去如果是错的，现在矫正它，用的方法必须激烈些，否则不会引起大家的注意，特

别是在矫正错误观念上。
　　如果整个企业缺乏危机意识，到处弥漫着一种“无所谓”的文化，这时就需要管理者像张瑞敏那样举起“大锤”，痛下猛药。
例如，波音公司为了让员工知道处于今天巨变的时代“不改变就是死亡”的道理，特别拍了一部短片，内容就从波音员工领取失业救济金的画面开始，震撼了所有员工。
　　员工是决定企业竞争力最关键的因素。
危机感可以激发一个人的责任心和敬业精神。
一个具有忧患意识的员工能够时刻将公司的兴亡发展同自己联系起来，在企业一片“歌舞升平”，其他员工都安于现状的时候，他们能够保持清醒的头脑，能够在工作中做到“先他人之忧而忧”。
　　在诺基亚公司手机研发部工作的詹森这几天一直闷闷不乐，同事见他一羽眉头紧锁的样子就开玩笑道：“詹森先生哪儿都好，就是太不知足了。
你也不想想，咱们研发部，只要完成了公司下达的研发任务，薪水就能比生产部和销售部拿得还多，该高兴才是啊！
”　　另一个同事也嘻嘻哈哈地接口道：“这次的任务只是改进一下机型，这么简单的任务哪能难住我们的天才詹森先生啊！
”　　詹森说：“我不是为了薪水想不开，也不是为了公司派给的任务，我是在想，我们整天坐在研究室里，除了完成上面派给的任务，改进一下机型，就什么事也不做了。
现在手机市场竞争这么激烈，我们能不能主动做一些工作，给公司拿出些新颖的创意？
”　　同事无奈地说：“嗨，詹森，别痴人说梦了！
现在诺基亚手机已经是世界著名品牌了，不管是技术性能，还是外观形象，都早已深入人心，还上哪里去找创意？
”　　尽管同事们说的有些道理，但詹森还是暗下决心：我一定要在完成公司任务的基础上，主动而努力地工作，让诺基亚在自己的辛勤工作中有一个质的飞跃！
　　有了这个非同一般的目标和想法以后，詹森每日里除了完成公司下达的任务，满脑子都是考虑如何让诺基亚更符合消费者的需求。
　　一天，在地铁里他获得了一个惊人的发现：所有的时尚男女，都配着手机、一次性相机和袖珍耳机。
这给了他很大的灵感：能不能把这三种最时髦的东西组合在一起呢？
果真要如此的话，不是变得既轻便又快捷吗？
　　第二天，詹森马上找到主管，对他说：“如果我们在手机上装一个摄像头，让人们在听音乐的同时，把能见到的所有美好事物都拍摄下来，再发送给亲友，该是多么激动人心的事啊！
”　　主管被他的创意惊喜得高声叫道：“詹森，我们马上就按你的想法着手研制！
”　　这种具有拍摄和接听音乐功能的手机在詹森的带领下，很快研制成功，它刚一推向市场，就深受青睐。
　　詹森不但实现了自身的价值，他还得到了应有的奖赏。
更重要的是，在实现目标的过程中，詹森得到了从未有过的快乐！
　　詹森是诺基亚数万名优秀员工中普通的一员，正是因为他们的忧患意识和责任感，才有诺基亚全球行动通讯产业第一品牌的辉煌今天。
　　企业兴亡，员工有责。
很多员工缺乏责任感和敬业精神，就是因为缺乏危机意识，没有意识到自己在企业发展中的使命。
而企业的领导者和管理者要做的就是唤起员工的危机意识，进而激发他们内心的责任心和使命感，这些都是决定企业竞争力和发展的关键因素。

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