

商业 正在革命

宋赞 胡宝林 编译

长期高踞亚马逊畅销书排行榜

美国《时代周刊》和《商业周刊》评为“50年来最佳商业图书第二名”

用透视本质的思想和揭示未来发展趋势的定见帮助企业及其经营者把握机遇，决胜未来。

以先进的理念、方法和工具帮助领导者和管理者在新的环境下确保优势，稳立潮头。

黑龙江科学技术出版社

商 业

正在革命

宋贇 胡宝林 编译

黑龙江科学技术出版社
中国·哈尔滨

图书在版编目 (CIP) 数据

商业正在革命 / 宋贇, 胡宝林编译. — 哈尔滨:
黑龙江科学技术出版社, 2008.10

ISBN 978-7-5388-5931-7

I. 商… II. ①宋…②胡… III. 商业革命—研究
IV. F751

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 154127 号

商业正在革命

SHANGYE ZHENGZAI GEMING

编 译 者 宋 贇 胡宝林

责任编辑 张丽生 焦 琰

装帧设计 王明贵

文字编辑 胡宝林

美术编辑 潘 松

出 版 黑龙江科学技术出版社

地址: 哈尔滨市南岗区湘江路 77 号 邮编: 150090

电话: 0451-53642106 传真: 0451-53642143(发行部)

发 行 全国新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

开 本 680 × 1020 1/16

印 张 21.75

版 次 2009 年 1 月第 1 版 · 2009 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5388-5931-7/F · 12

定 价 32.00 元

前言

P R E F A C E

我们正进入一个新的时代,一个由不可逆转的结构定义的时代。

——引言

这是一个最好的时代,这是一个最坏的时代。一件影响到所有人的事正发生着。一场全球性的革命在改变着商业,同时商业也在改变着世界。两种力量正在以令人无法预料的速度汇聚起来,形成一股强大的商业革命浪潮,汹涌澎湃,势不可挡。

这场商业革命打破了传统意义上的商业模式,改写了数十年来商业思想家和实践家们制订的商业规则,推翻了人们头脑中长期以来固定不变、陈旧落后的商业观念,侵入了社会生活的各个领域。国民经济、商业交易、管理模式、企业经营乃至个人的生活都受到了冲击。公司的结构、公司之间的关系、领导的概念、工作的本质、成功的定义等都在发生着转变。结果将是天翻地覆的,其影响如同工业革命一样深远。

以互联网为运营基础的网络商务是这场商业革命的先行者和推动者。20世纪90年代中期,世界进入科技革命和资本市场革命、商业模式创新的时代,以信息技术为代表的新一轮技术革新,导致了一大批新兴技术产业和企业的出现,形成了新经济的“非理性繁荣”。虽然于2000年遭遇互联网泡沫危机,但网络商务的发展基础已经奠定,全球性的网络商务框架已经构建。进入

21 世纪,网络商务呈现全面复苏、蓬勃发展、多元开拓、广泛应用的发展态势,步入成熟理性、良性循环的发展阶段。网络商务开拓了市场,带来了巨大的商机,也对社会的产业结构、消费结构,对企业的经营方式、管理方式提出了挑战,使我们生活和工作的这个时代有着无可比拟的机遇以及前所未有的不确定性。未来存在着无限的可能性,这种无限的可能性也带来了同样的希望和担忧。

为帮助广大商业人士、企业经营者和管理者、政府经济研究人员及相关人士能够认识这场正在发生的商业革命,我们编译了这本《商业正在革命》。书中收录的文章都是最有代表性和影响力的商业评论或摘要,作者都是世界商业领域的杰出之辈,包括专家、顾问、学者、作家等,其中一些人的名字大家可能耳熟能详,另一些则可能有些陌生,但是他们的观点却颇有见地,对正在发生的商业革命提出了富有建设性的见解,并提出了前瞻性的预测,发展和挑战了现有的商业理论和实践,有不可估量的参考价值和指导意义。

开篇两篇文章的作者指明这场商业革命完全突破了传统的商业模式,向着更为广阔的领域延伸,为人们构建了一个崭新的商业运行框架。

在随后的《星波占领了网络》、《建立是为了圈钱》等几篇文章中,作者探讨了互联网的发展现状及未来走势,以及存在的问题和面临的挑战,并提出了如何在网络商业中运用信息资源和信息技术建立持久卓越的企业,推进网络产业化、规模化,并创造财富的方法。

新经济环境下的营销大战更为激烈和残酷。《一个称之为“你”的品牌》、《我们为什么买》等几篇文章,提出了“品牌营

销”的概念，认为营销竞争归根到底取决于品牌的竞争，包括产品质量、包装、设计、宣传、服务、反馈、渠道、文化等层次的多元竞争，启发广大营销界人士构想推动营销，争夺优势市场。

商业革命的进程中，企业将面临更大的挑战，成长过程中要面临不可避免的严峻考验和剧烈的阵痛。《现在到了艰难的阶段》、《挫败的快感》等几篇文章的作者指出企业在这场变革中要避免挫折、走出困境所需要做的幕后工作和要解决的关键问题。

商业革命对各层次各级别的领导提出了更高的要求。一位现代领导者应当是集基层领导艺术和高层领导艺术于一身的统管全局、指引未来的大领导。《我以前对领导艺术的错误认识》、《西点军校的基层领导》等文章阐明了什么才是真正意义上的现代成功领导，为领导艺术作了重新定义。

工作的形式和目的也发生了变化。《精力充沛地在晚班工作》、《自由职业者国度》等几篇文章的作者阐明未来人们更多考虑的是工作中的自主和自由、在工作中实现目标和做出的贡献、如何通过工作创造财富等，为人们描绘了一幅充满自豪与职业精神的工作画卷。

相应的，人们的生活也受到了极大冲击，原来缓和宽松的生活平衡打破了。人们疲于奔命于办公室和家庭之间，要么拼命地工作，获取更多，但付出的代价也大；要么减少工作量，但无法收获足够，提升生活。《乔治·斯托克的10次生命》、《平衡打破了》、《作出改变》等几篇文章的作者探讨了工作和生活之间的关系，告诫人们要以良好的心态面对高速运转的商业时代，用对方法、合理规划时间才能提高效率，实现工作和生活

之间的真正平衡。

未来的商业发展趋势是全球整合，商业竞争将在全球范围的大背景下展开。最后两篇文章的作者指出，未来企业应具备全球战略的视觉，将本地文化和全球战略相融合，在商业模式、产品、业务、人才、制度等方面创新，创造全新的行业，开创一个无人争夺的市场空间——蓝色海洋，树立较高的进入壁垒，确保自己的竞争优势，获得永久的生存和持续的发展。

我们编译本书的宗旨在于揭示这场正在发生的商业革命的本质及发展趋势，为老企业和新企业、管理者、领导者、普通职员提供所需要的手段、技术、管理模式和思维模式，在各方面做好准备，迎接即将到来的挑战，渡过危机，把握机遇，稳立潮头，跟上和推进商业革命的步伐，创造财富和价值，向着竞争合作的大未来迈进。

编译者

2008年10月

目录

CONTENTS

第一章 商业模式的新构想：商业思想家的宣言

意外的精神导师 3

马尔科姆·格莱德威尔,《纽约人》杂志低调的加拿大籍作家,凭借他的散文和思想的独特性,突然成为这个时代最炙手可热的商业思想家。

这么多年后还在生气 13

汤姆·彼得斯在20多年里一直是商界的超级明星;在20世纪90年代,他倡导人们拥抱新经济,个人事业也达到了顶峰。而在新经济泡沫破灭后,这位惯用感叹号的大师仍然在为自己理论的合理性而努力奋争着。

第二章 网络商业的号角：崛起的新经济

星波占领了网络 23

1994年到1996年的第一个因特网小泡沫,预示着一个更大的泡沫将会在几年后到来,同时也指明了未来的发展方向。门罗深入分析了网络商务是如何从一个浪漫传奇转变为“贪婪之地”。但他也看到了大前景,讲述了如何开拓性地建立类似星波公司这种网络精品。

建立是为了圈钱 35

在因特网泡沫经济的顶峰,《建立是为了圈钱》和《应该建立卓

越的公司》的作者强烈主张回归那些在网络时代为我们带来机遇的价值观，摒弃那些使网络反常和最终使它堕落的贪念。

你在“克雷格列表”网站上吗 48

因特网时代为我们提供了许多不像英雄的英雄，克雷格·纽马克也许是其中最不可思议的一位。作为一名小程序员的纽马克无意间就用他的网站创造了一个网络典范。

自助服务机的钟声敲响了 56

对提高生产力的不断追求不仅引发了技术领域的创新，也引发了这些机器理论上要取代的工作领域的创新。当我们使用自助服务机在机场办理登机手续时，也许这种机器看起来很简单。等待自助服务机彻底改造你的工作吧。

第三章 品牌化运动：争夺优势市场的营销之战

一个称之为“你”的品牌 69

要形成自身品牌效应，否则就会承受一定的后果，这种劝告比以往任何时候都重要。可能因为你太以自我为中心，而不能在公司工作。如果你还不能决定，今天仍将饱受折磨。

我们为什么买 79

苹果公司设计大师乔纳森·伊夫透露了苹果突破性产品iMac的设计理念。在这篇文章中，他揭示了让苹果或任何人都能创造出（如iPod）创新产品的想法。

“但是你们承诺过……” 88

为什么客户服务如此糟糕？还有转好的希望么？

怎样提供反馈信息 104

反馈意见就像爱情一样，人人都渴望得到，却又常常难以与人分享。

第四章 聪明的执行官失败了：企业成长的阵痛和新考验

现在到了艰难的阶段 109

如果你乘坐过捷蓝公司的飞机，你头脑中关于航空公司的概念就会完全被改变。一个航空业的后起之秀正处于发展的十字路口，努力为自己打拼广阔的蓝色天空。

挫败的快感 121

失败令人厌恶，常听说的话就是你必须学会面对失败。对于辉瑞公司试图研制出一鸣惊人的抗糖尿病药物的团队来说，失败并不罕见；有些人可能整个职业生涯中都没有尝到过一丝成功的滋味。如果你想知道如何处理失败，去找专家吧。

失败的福音 132

“哥伦比亚”号航天飞机爆炸、“9·11”事件、《纽约时报》杰森·布莱尔事件。三大组织失败引发了三场著名的试图找出问题所在的调查。他们共同成为激动人心的失败的挽歌。

第五章 大领导：领导艺术的新定义

我以前对领导艺术的错误认识 143

什么是真正意义的领导？成功的领导知道如何在不压榨员工和顾客的基础上，让企业盈利。他将告诉你价值和IPO公司是可以融合的。

找寻勇气 153

作为海军驾驶员、战俘、参议员，还有谁比约翰·麦克凯恩能更好地定义勇气呢（定义我们对勇气的需求、勇气的下降，以及该如何像锻炼肌肉一样锻炼勇气）？

基层领导艺术 157

美国海军指挥官D.迈克尔·阿伯拉肖夫在就任USS“本福尔德”号驱逐舰长时，为我们提供了一个非常先进的领导艺术模式。

西点军校的基层领导 167

西点军校是美国领袖成长的摇篮，培养了保疆卫土的优秀人才。通过严格的纪律和创造力的结合，一个领导者就此诞生。

补充以什么为代价 179

世界顶级高管培训师向我们解释了为什么“但是”这个字眼可能会是一个领导思想中最危险的部分。

生命的设计 182

茶壶巨人，设计师迈克·格雷夫斯迎接着生命的挑战，身带令他瘫痪的疾病工作。然而，他却比任何时候都成功。这是一个与格雷夫斯最好的作品相称的有关勇气、合作和恢复力的故事。

第六章 工作的新文化：你在为谁服务

精力充沛地在晚班工作 195

对于许多新的夜班成员来说通宵工作是一个新的职业道德标志：他们愿意为了加快工作进程牺牲睡眠，但他们要求以乐趣和弹性工作为交换。

自由职业者国度 198

一名前任演讲撰稿人发现了一种亚文化——员工们正企图摆脱单个雇主的枷锁、刻板的作息、过时的工作和生活观念。

工作中的天才 214

一名从制陶工人成长起来的社会企业家，把我们在讨论如何把商业才能运用到社会事业上时所表达的想法下了个最好定义。

我们化平凡为卓越 227

西顿费尔德以其小说家的眼光，向我们展示了奥本大学教授及建筑师塞缪尔·莫克比，是如何通过他独特的教学及设计理念来改变他的学生及当地人的生活的。

美国新兴城 240

美国最后一个炸弹制造厂，在如何培养员工的使命感、完美意识和精确意识方面，给我们上了一课。

长期临时工的困境 250

实行自由职业人制度的国家有其阴暗的一面。文中微软公司的临时工骨干没有分享到这个商界巨头的巨额财富，他们与微软的故事也使得这个阴暗面更加清晰地展现了出来。

第七章 平衡打破了：一场没有终点线的赛跑

我们其实在试图停止时间 269

约翰·史密斯训练世界一流的短跑运动员重新设计跑步时间，帮助他们提高零点零一秒成绩。他的方法可以帮助商业人士在与时间竞赛和商业竞争中获胜。

乔治·斯托克的 10 次生命 278

富有传奇色彩的战略家从死神手中挣脱并带来了思想精粹的商业领袖可能不喜欢的讯息：果敢的弄潮儿会尽一切所能赢取胜利。

平衡溜走了 289

追寻工作和生活间的完美平衡是一个白日梦。要想取得真正的平衡就要让你的生活和工作不平衡，这取决于两者哪方面需要更多的关注。

作出改变 297

想象一下，如果你被告知不作出改变就要死去，你会改变吗？也许不会。神经科学和心理学的最新动态表明了为什么以及如何作出改变。

第八章 开创蓝色海洋：全球竞争的新形式

与太阳同辉 311

太阳马戏团始终致力于不断的创新，这可能也帮它避免了创新

型公司会遭遇的最大风险：只顾保住地盘，却忘了去创造下一个蓝色海洋。

全球竞争的新形式 320

既为战略可能性研究提供了个案分析对象，同时又警示着全球商业秩序即将发生的紊乱。所以伴随它的是严酷的 global competition 思维。

第一章

商业模式的新构想： 商业思想家的宣言



意外的精神导师

商业领域最具影响力的思想家马尔科姆并不是商业人士。事实上，他是《纽约人》杂志的作家，是最出人意料的精神导师。这位将自己看得微不足道的加拿大人凭借他的散文和思想的独特性早已获得商业世界的关注。他的每一个故事、每一本书都促使读者去思考：如果有关这一主题我们以为正确的一切都是错误的怎么办？读者的反应使他成为了畅销书写手以及广受追捧的演说家。他们甚至想请他担任顾问。但在很大程度上，除了他的文章，格莱德威尔几乎无人知晓。这篇文章的出现，使得他的个性透过笔端被发现，并使他可能最终成为21世纪的著名商业思想家。

“我真的很喜欢‘短暂的我向思考’这个术语。”一个女人对着话筒柔声说道。她在时代广场工作室的后排对着一屋子大约200人，并且更重要的是，对着独自站在台上的马尔科姆说了这句话。这是第五届《纽约人》年度盛会的第二天，格莱德威尔刚刚完成了导致1999年臭名昭著的阿曼多·迪阿罗致命射杀的7秒钟的详细重述。数分钟前，屋里的每一双眼睛都锁定在他的身上。当时，他正在解读误导4名纽约警察的微小决定。那位无辜的几内亚移民被看成了武装罪犯，从而引发了41枚子弹的射击，其中19枚子弹射在胸部。

当那个女人向听众重复这个短语时，你可以听出她正在消化，仿佛这个短语刚刚成为了她的一部分。这是一个格莱德刚介

绍给听众的术语,当时他正在描述如果我们解读人们心思的能力在高压下瘫痪了将会造成什么后果。他将双手背在身后成枪状,用一种半是社会学家,半是莎士比亚剧中男主角的强调解释那些警察是如何将一个“受到惊吓”的黑人误认为是一个“吓人的”黑人。“当时他们未能正确理解他的意图,因此他们完全错误解读了当时的社会环境,”他说,“我将这种失败称之为‘短暂的我向思考’。”这是贯穿于格莱德的新书《眨眼间:不假思索的思考力量》中众多清晰包装的名言之一。这些名言有“快速认知”“薄片”“沃伦·哈定错误”,但“短暂的我向思考”却可以让你快速想象这个女人是如何使用它来向老板解释为何在新业务达到顶峰时却停下了脚步。

当下没有一个人悄然成为商业思想的导师,如格莱德一般的优雅和富有影响力。在格莱德的第一本书《引爆点:小事情如何引发大变化》被美国人捧读后,他完成了从《纽约人》的普通写手到市场之神的跳跃。从那时起,格莱德一直在笔和麦克风之间切换,在冗长的《纽约人》文章和一年大约25场演讲会之间平衡,目前他的出场费达到了每场约4万美元。他出席了一系列格调高雅的会议诸如Ted-Pop! Tec,并应邀在包括遗传技术公司、普华永道公司和惠普在内的各公司分享他的智慧。他在《纽约人》上的文章也成为了商业学校学生的必读文章。《引爆点:细微小事如何引发大变化》28周位列《纽约时报》畅销书单,在《商业周刊》的畅销书单上也停留了2年多,目前他的《潮流解读圣经》正在销售,销量达80余万册。尽管提及他的影响力,他总是谦虚地予以忽略,像任何一个好记者一样,靠数据来支撑他的论点。他指出:“要记住,即使是一本畅销书也只有不到1%的美国公众在阅读。”

作为流行领域的专家,格莱德比谁都清楚,有多少人在读不重要,重要的是谁在读。他和他的观点本身就达到了一个引爆点,在我们文化的任何一个角落,从政治(拉姆斯菲尔德用“引