

斯坦福商业经典丛书
Stanford Business Classics

快速变革

全球信息技术领域的流程创新

(美) 贝那姆·塔布里兹 著

**ACCELERATING
TRANSFORMATION**

東方出版社

全球信息科技领域的流程创新

THE POWER OF ACCELERATING TRANSFORMATION

快速变革

全球信息科技领域的流程创新

【美】詹姆斯·高斯林 著

ACCELERATING
TRANSFORMATION

中信出版集团

斯坦福商业经典丛书
Stanford Business Classics

快速变革

全球信息技术领域的流程创新

(美) 贝那姆·塔布里兹 著 范保群 译

**ACCELE-
RATING
TRANSFOR-
MATION**

東方出版社

责任编辑:侯俊智

装帧设计:步步赢工作室

图书在版编目(CIP)数据

快速变革:全球信息技术领域的流程创新/[美]贝那姆·塔布里兹著.

-北京:东方出版社,2006.7

(斯坦福商业经典丛书)

ISBN 7-5060-2577-9

I. 快… II. ①塔… ②范… III. 信息技术-高技术产业-管理体制-研究
IV. F49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 080568 号

著作权合同登记 图字:01-2006-2645

Copyright © 2005 By Behnam N. Tabrizi. All rights reserved. Translated and published by arrangement with Behnam · Tabrizi.

本书中文版专有出版权由贝那姆·塔布里兹授权,东方出版社独家出版。

快速变革:全球信息技术领域的流程创新

KUAI SU BIANGE:QUAN QIU XIN XI JI SHU LING YU DE LIU CHENG CHUANG XIN

[美]贝那姆·塔布里兹 著 范保群 译

东方出版社 出版发行
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

[http://www. peoplepress. net](http://www.peoplepress.net)

北京通达诚信印刷有限公司印刷 新华书店经销

2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月北京第 1 次印刷

开本:787×960 毫米 1/16 印张:11 字数:80 千字

ISBN 7-5060-2577-9

定价:20.00 元

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

作者简介

贝那姆·塔布里兹在斯坦福大学执教“组织变革和信息技术”课程十多年，他是许多“财富500强”公司的资深顾问。

斯坦福商业经典丛书

斯坦福商业经典丛书
Stanford Business Classics

组织的战略 结构和过程

(美) 霍桑德·E·迈克尔 查尔斯·C·梅 著

**ORGANIZA-
TIONAL
STRATEGY
STRUCTURE
AND
PROCESS**

9787309054126

斯坦福商业经典丛书
Stanford Business Classics

组织的外部控制

对组织资源依赖的分析

(美) 杰弗里· Pfeffer 杰勒尔德·R·萨巴基 著

**THE
EXTERNAL
CONTROL
OF
ORGANIZA-
TIONS**

9787309054133

斯坦福商业经典丛书
Stanford Business Classics

正规组织

一种比较方法

(美) 彼得·M·布劳 W·理查德·斯科特 著

**FORMAL
ORGANIZA-
TIONS
A COMPARATIVE
APPROACH**

9787309054140



坐落在美国西海岸的斯坦福大学是1891年创立的，迄今已有一百多年的历史，是美国最著名的学府之一，常青藤名校。加州明媚的阳光、旧金山轻拂的微风孕育了人杰地灵的斯坦福校园，这里处处透出与生俱来的贵族气派和创新精神。正如现任校长约翰·轩尼诗先生所言：“创新精神是斯坦福创始人 Jane 和 Leland Stanford 在一个世纪前创办斯坦福大学的动力，创新精神促使了硅谷在校园门前的诞生，也正是这种创新精神激励着我们勇敢尝试任何可能——这种精神遍布在图书馆、教室、实验室、剧院、运动场等校园的每一个角落。希望你也同样在斯坦福找到你的位置。”

“斯坦福商业经典丛书”编委会

主 编：陈小洪

副主编：张 民 范保群 陈 勇 王 霆 侯俊智

王春晖

编 委：唐 军 刘龙华 张友全 朱灿松 付舒拉

朱新礼 王 兵 喻子达 梁光伟 郑胜涛

陈 远



国研·斯坦福

国研·斯坦福中国企业新领袖培养计划指定参考用书

“斯坦福商业经典丛书”总序

在全球经济一体化进程中，商业思想的传统穿越了时空，引领着时代发展，企业新领袖用其独到的思维和超前的洞察力传承着商业经典。当创新成为经济的原动力时，人们更加感叹商业经典思想的深邃魅力。美国斯坦福大学作为全球经济发展的创新基地，孕育了硅谷的神奇，成就了经典管理理论与现代商业智慧的完善结合。“美国新经济孵化器”的美誉足以表明，斯坦福大学是全球企业新领袖探讨商业思想、分享管理经典的最佳场所。2005年7月，60余名来自中国的企业家在国务院发展研究中心的组织下，来到这所朝气蓬勃、充满活力、处处透出与生俱来高贵气派的校园里，参加了“国研·斯坦福中国企业新领袖培养计划”在斯坦福大学的课程学习，亲身感受到管理学界顶级大师的思想底蕴以及这所常青藤名校深厚的文化积淀。

“国研·斯坦福中国企业新领袖培养计划”作为国内最高端的EDP（高层管理者培训与发展计划）学习项目，着重从“科学与技术、文化规制及社会责任、经营与管理”三个维度塑造企业家在面对全球动态不确定商业竞争环境下的新领导力。这种领导力不是地位，更不是权势，它是一种内涵，是一种判断前行的方向、带领组织迎接挑战走向卓越的能力。领导力是组织成长的关键因素之一，决定企业在市场竞争中的成败。企业

领导人具备有效、持续的领导力，是引领企业走向卓越、实现基业长青的保证，全球竞争下的中国企业尤为需要卓越领导力。形成持续的领导力不可能一蹴而就，而是一个不断学习和长期历练的过程，不仅需要在多元文化市场中不断经历和磨练，更需要接受经典管理思想的启迪和熏陶。

在“国研·斯坦福”学员的学习过程中，大家普遍认为斯坦福大学很多的管理思想和理论体系都非常地经典，对于学术研究和思考现实问题，尤其是组织发展问题将有很大的帮助，如果能够引入到国内，让更多的管理学者和企业家探讨斯坦福大学商业经典将是一件很有意义的事情。因此，经过和斯坦福大学合作伙伴的共同努力，我们组织翻译了这套丛书。本套丛书能被誉商业经典，意味着其思想对于现代组织管理研究领域产生过深远的影响，对于我们了解管理思想发展具有重要的意义。

本套丛书中文版的出版，是国内系统引进斯坦福大学管理类图书的首次，也是国务院发展研究中心和美国斯坦福大学合作“国研·斯坦福中国企业新领袖培养计划”的重要成果之一。双方将在今后的管理思想交流和企业家培养等领域开展更为深入的合作，进一步开发基于“全球竞争环境下可持续发展领导力模型”的 EDP 课程，集成中美双方的管理科学学科、工程技术学科以及政策法规领域的著名科学家、资深教授和政界人士，共同培养能够在 21 世纪全球竞争环境下担当重任的中国企业新领袖。

“斯坦福商业经典丛书”编委会

2005 年 12 月

译者序

“惟一不变的是变化”，几乎已成为所有有识之士的共识。

如何通过有效且快速的组织变革来顺应变化、获取独特优势，正在成为众多研究者和实践者的关注点。贝那姆·塔布里兹的《快速变革：全球信息技术领域的流程创新》一书是这方面的代表作之一。

2004年底我在斯坦福大学访学期间，结识贝那姆·塔布里兹教授。当时我的好友、斯坦福大学博士陈恺是他的助教。2005年冬季这学期，他在斯坦福大学教授“信息技术与组织变革”、“全球项目管理”两门课程，他盛情地邀请我来旁听。塔布里兹是一位充满激情的演讲者，也是一位中国的友好人士，非常高兴于中国经济的发展。在我们的交流中，他还把中国的发展与他的研究领域组织变革联系在一起，认为中国这二十多年的发展，就是一次有效、快速的组织变革，目前变革的速度和效率正在趋于稳定，但还要进行相当长一段时间。

《快速变革：全球信息技术领域的流程创新》是塔布里兹教授的一本新著。在该书中，他对产品开发速度进行了理论与实践两方面的专题研究，针对产品开发速度传统上的误区，提出应如何推进产品开发速度的若干结论与建议。他首次提出“密集型模型”和“经验型模型”，他的研究表明快速产品开发往往是多功能团队、工作反复更迭、通过测试和重大突破与实时信息保持更紧密的联系，而且他还专门论述了快速产品开发需要拥有强势项目领导者。

为进一步提高效率，建议从事实际管理工作的管理者和领导者，重点阅读第二章、第六章、第七章、第八章，浏览或跳过数量分析较多的第三章至五章，把关注点落在产品开发速度的基本观点和作者的研究结论上。而对于从事研究工作的读者，建议重点阅读第二至第五章及附录，在这些章节中对问题和研究结论的由来进行了大量的数量和实证分析，既有方法、工具，又有调查数据。

由于译者视野和学识水平所限，有些翻译之处可能存在欠推敲之处，欢迎各位读者批评指正。衷心希望本书对大家有所裨益。

范保群

2006年6月于北京

fanbq@drc.gov.cn

前 言

本书是我在斯坦福大学历时近三年的专题研究基础上完成的。传统意见认为研究人员不应该卷入咨询公司的项目工作中去。与此相反，我却选择了承担风险，并开始与一家世界级的管理咨询公司进行合作，我是如此幸运，因为能与咨询公司中的明星——麦肯锡公司（McKinsey & Company）进行合作、开展这项研究，并不受限制地进入到信息技术产业中绝大多数的著名企业中进行调查研究。这项研究要求在美国不同地方进行旅行访问。我是这项研究的首席调研员，参与了调研的每一过程，从设计调查问卷和进行面谈到数据的最后分析。这项研究的结论是建立在面谈调研中获得的数据和备注记录的详细分析基础上，既有定性研究也有定量研究。德国奥格斯堡大学（Augsburg）的学生帮助取得了欧洲的数据，斯坦福日本研究中心则从我调查的亚洲公司处取得相关数据。麦肯锡和斯隆基金会（Sloan Foundation）为这项研究慷慨地提供了研究基金。

1995年，我与凯瑟琳·埃森哈得（Kathleen Eisenhardt）合作撰写了一篇文章。正是基于那篇文章的研究工作，我获得了著名的《管理科学季刊》（Administrative Science Quarterly）2001年度学术贡献奖。该奖项是为那些发表五年后对后续理论发展和管理业界研究有最重大影响的论文而设立的。编辑给我们的信中写道：你们的论文并不仅仅是我们1995年出版的所有论文（指战略、市场营销、组织和运营管理领域）中最经常被引用的论文之一，它的影响还更为深远，在适应性理论形成和我们对产品创新理论的理解方面起了决定性的作用。

尤为幸运的是：我的研究成果不仅仅得到了学术界同仁的认可，同时也被许多公司采纳吸收。来自世界各地的反馈表明该项研究影响极为深远。我要特别感谢汤姆·彼特斯，他首先注意到我们的研究成果，并在他遍布全球的多达60种报刊个人专栏中予以介绍，这些报刊包括《芝加哥论坛报》（Chicago Tribune）、《福布斯》科技版（Forbes ASAP）、《达拉斯商业期刊》（Dallas Business Journal）、《圣荷西信使报》（San Jose Mercury）以及欧洲、亚洲甚至新西兰的许多报刊。

偏处于校园一隅，我是如此惊异于那些希望采用这项研究成果的跨国公司所打来的不计其数的电话。到目前为止，约十年时间里我已经把这项研究成果介绍到了许多公司中，也看到了所取得的卓越成效。正是基于此，我愿意

在本书中将有用的信息分享给大家。

贝那姆·塔布里兹
美国加州·斯坦福

致 谢

尽管致谢的本意是感谢那些促成这一研究的人，而我认为它的真正目的在于使我们意识到我们所取得的成果绝非个人之作。写作自然会有个人独立完成之处，而且我要为本书中的错误承担最终责任，但是如果没有一个精干的团队给予我的支持，这项研究是无法与读者见面的。

在本书写作过程中，我得到了生活里各类“组织”中许多人的支持，其中包括我的家庭、同事，还有那些亦师亦友的同伴。我首先要感谢我的妻子那扎宁（Nazanin），还有我的女儿希拉（Sheila），她们给予了我无私的爱和无时无刻的支持。她们总是在我需要时给予我足够的激情完成这项研究，我是如此庆幸在我的生命中有她们的陪伴。我的父亲哈米德（Hamid）、母亲纳西德（Nahid）、继父卢（Lou）和兄弟沙因（Shahin）在鼓励我进行这项研究中都起到非常关键的作用，以至于在我研究碰到困难时曾一度觉得他们不应该都来支持我。但是现在，我真的非常感谢他们如此地信任我。此外我的叔叔费鲁兹·塔布里兹

(Firooz Tabrizi) 博士、儿时的伙伴卡伦·瓦费达利 (Karan Vafadari) 都给我鼓励，使我最终得以把研究成果整理成书发表。

我要感谢我的导师，凯西·埃森哈得 (Kathy Eisenhardt)。她对这项研究投入了极高的热情和关心，而且她对我非常地和善。在一些关键问题上，她起了很大的推动作用，而且提供了深刻远见。我同样还要感谢鲍勃·基利 (Bob Keeley)，在研究的初期他给予了我不可或缺的帮助；还有吉姆·贾科尔 (Jim Jucker)，他一直非常关心包括我在内的研究学者。

我还要感谢我的助手阿沙·珍 (Asha Jain) 和贾瓦德·纳斯里 (Javad Nasiri)，他们在我准备手稿给出版商的过程中提供了出色的协助工作。最后，我曾经教授过的几千名斯坦福大学学生或者向我咨询过的学生也给予了我极大的启发或激励，这些都是我难以回报的。

贝那姆·塔布里兹