

孙 涛 编著

财富

从

何而

来

— 思维模式应用指引

财富从可而来——思维模式应用指引

孙涛 编著

暨南大学出版社
Jinan University Press

70
77f

财富从何而来

——6H 思维模式应用指引

孙 涛 编著

暨南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

财富从何而来—6H 思维模式应用指引/孙涛编著. —广州:
暨南大学出版社, 2002.3

ISBN 7-81079-063-3

I. 财… II. 孙… III. 企业管理—创造性思维 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 000039 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 编辑部(8620)85225262 85220289 85225277
发行部(8620)85223774 85225284 85220602(邮购)

传 真: (8620)85221583(办公室) 85223774(发行部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心

印 刷: 湛江日报社印刷厂

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 13.25

字 数: 239 千

版 次: 2002 年 3 月第 1 版

印 次: 2002 年 3 月第 1 次

印 数: 1—3000 册

定 价: 23.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社发行部联系调换)

最先提出的 6H 思维模式必将给您带来无穷的财富

6H 思维模式在企业发展各个环节的最新研究成果

120 个企业经营的成功案例将成为您随身的活工具

中国第一本全面阐释 6sigma 质量成本控制方法的著作

目 录

美国之所以如此发达是因为美国人迸发的无穷创造力；
日本二战后的崛起得益于全国的“一日一案国民运动”；
中国改革开放的巨大成就，根源在于中国人观念的转变……
思路决定出路，
智慧创造财富。
这是被无数事实证明的真理。

1 .

财富从何而来
——6H 思维模式综述

本章分析研究美国、日本财富积累的根本原因，认为财富的根本来源是人的创造力的开发，创新能力的高低决定着财富积累的多少，在此基础上率先建立了独创的 6H 创新思维模式，第一次从创新思维的角度全面深刻地提出儿童、员工、老板的创新精神应该怎样培养。帮助您从根本上了解并掌握创新能力的培养方法，通过借鉴和分析大量案例，告诉您未来的财富到哪里寻找。

- 美国的财富从何而来/5
- 什么是 6H 创新思维模式/7
- 日本缘何迅速发达/8
- 中国与美、日的创新差距/10
- 中国企业创新的三大基础是什么/12
- 中国企业如何赶超美、日/13
- 如何从小培养儿童的创新能力/18

- 把握机会,你也能成为老板/21
- 如何应用创新实现激情管理/24
- 如何把自己培养成企业家/25
- 新世纪企业领袖必将在中国出现/27
- 未来财富到哪里寻找/30

纵横四海,放眼全球。

知己知彼,百战不殆。

全球经济一体化的趋势,信息时代的来临,迫使我们必须具备全球的眼光, 对内对外、对己对人进行横向的比较与反思。

2 .

企业怎样获取战略联盟利润 ——横向思维

本章从国内外最新的经典 MBA 教材出发,通过横向比较和借鉴的原则,主要研究各类企业的经营发展战略,重点探讨各类企业之间的横向联合与竞争策略;企业相同品牌 and 不同品牌的开发经营规划;企业相同品牌的延伸和扩展策略;不同行业之间相互学习借鉴的意义;不同企业开发同一品牌的不同产品的战略联盟,以共同面对同一类消费者开展营销策略;大企业联盟合作的战略发展趋势。

- 如何解决产品的十八个因素/37
- 横向思维的应用误区/41
- 企业如何顺利渡过难关/43
- 企业单一发展还是多元化发展/46
- 企业的品牌战略应该考虑哪些问题/48
- 你的竞争对手在哪里/50
- 洗碗机为何没市场/53
- 如何与经销商维持良好关系/56

- 企业如何联手共享同一品牌/58
- 如何预测公司的发展前途/60
- 可口可乐如何实现战略联盟/63
- 企业生态论:万物相通/65

岁月轮回,沧海桑田。

回顾历史,展望未来。

怀着沉重的心情追溯过去,迎着新世纪的曙光,憧憬新世纪的希望,我们应该站在历史的肩膀上前进,在过去的失误中奋起,在未来的竞争中取胜。

3 .

如何实现“百年老店”之梦 ——纵向思维

本章结合历史经济学与社会学,考察国内外成功企业所走过的道路,如何提高企业的核心竞争力,站在人文历史经济学的角度探讨产品如何顺应社会潮流,把握时代流行趋势,不仅迎合市场和消费需求,并且引导消费潮流;另一方面考虑企业内部纵深发展问题,从 6sigma 理论出发如何控制质量成本,增加利润,使企业永远立于不败之地。

- 怎样顺应潮流策划高档商场的促销活动/73
- 如何通过品牌传播体系建成“百年老店”/75
- 全面塑造创新型企业的出路/78
- 神州热水器如何取得竞争优势/79
- 长虹与东芝的利润启迪/82
- 中小企业的竞争优势在哪里/84
- 露华浓香水如何抓住女士的心/86
- 通用电气公司的 6sigma 质量成本控制方法/88

物以类聚,人以群分。

共性来源于个性,个性凝聚成共性。

在琳琅满目的商品海洋之中,同质化的产品将被淹没,彰显个性的产品只有借助独具匠心的营销策略方能脱颖而出,这一切都取决于您的眼光、智慧、品位……

4 .

如何开发富有独特魅力的新产品

——逆向思维

本章是在现代市场营销学的基础上,研究企业的产品开发和营销策略的制定,如何从消费者出发,不仅开发出他们需要的产品,还要发掘他们潜在需求,进而引导企业产生引导消费的观念,开拓新市场,扩大新需求。

日本方便面如何进军美国市场/101

如何实现产品推广的第一步/102

针对女士的香烟如何开发/104

新疆的葡萄汁为何卖不动/108

如何实现房地产的捆绑销售/112

什么产品适合集团消费/114

联想无限,思维无边。

联想是创造的源泉,思维决定财富。

拿破仑说:战争的胜利主要取决于士气与联想。企业的竞争往往是智慧的竞争,成功与失败往往是一步之差,能否获取更大的利润往往系于一念之间。多一分联想就多一个机会、多一分利润……

5 .

产品怎样创造增值利润 ——周边思维

本章结合最新虚拟经营理论,把产品或服务的相关因素进行充分的挖掘和开拓,考虑企业的虚拟经营方针战略,除了卖产品本身之外还能卖什么,开发产品的附加值和相关利润,使企业获得长久盈利和可持续发展的目的。

《星球大战》如何收入 45 亿美元/125

外企比国企“高”在哪里/127

“耐克”与“圣象”的异同/130

长虹价格战的秘密/132

企业一夜成名的操作分析/133

北京郊区的果树为什么走俏/137

海尔的聚宝盆——服务/139

心海无边,有容乃大。

能容高人者,方为人上之人。

无论是海尔的“赛马”机制,还是华为的强制竞争淘汰;无论是松下的“中庸之道”,还是西门子的“共同目标法”……总之,企业惟有走进人心,满足员工的五大需求,以大海之胸襟容纳百川,才能集腋成裘,上下一致,形成独特的企业文化,保持永久发展之态势。

6 .

留住人才 攫取利润 ——心理思维

本章从人的心理活动出发,结合创造心理学、消费心理学、现代人力资源管理和企业员工心理学而建立的一种创新思维方法。研究对象主要包括两个方面,一是对于市场上消费者的消费心理研究;二是企业的发展与内部员工成长之间的密切关系,探讨如何将企业的发展与员工本身的利益相结合,使员工长久服务于企业并和企业共同成长的基本策略。

- 美国杜邦如何保持常青茂盛/145
- 广告都做给消费者看吗/147
- 如何留住员工的心/149
- 借助企业文化 提升核心竞争力/151
- 如何塑造您的企业家品质/153
- 建立创新机制 激发员工潜能/155
- 公平来自认同 和解提升效率/156

正就是反,反就是正。

变就是不变,以不变应万变。

在一成不变的规律中调整视角,在萧条的环境中保持激情,在欢呼声中保持冷静;日落之后就有日出,冬天已经来临,春天还会远吗?……

换一个角度,机会就在身边!

7 .

看别人看不到的 ——反向思维

本章结合组织管理学、服务行业最新经营理念,引导企业如何引进新的管理经验,充分贯彻“消费者是亲人”的经营理念,当别人都一窝蜂地拥向同一领域或利用类似经营手段的时候,企业如何保持和开发独有的创新经营风格,敢于提出与别人相反的战略方法并加以科学的实施,在微利时代创造非凡业绩。

日本人怎样从地震中逃生/163

商品被损坏 商场怎么办/164

冰淇淋店能在冬天开业吗/167

可口可乐如何打假/169

VCD 的启迪/171

可口可乐如何建立危机防范系统/172

20 和 80 哪个大/176

不得不住的宾馆/178

美国西南航空公司的降价绝招/179

宝洁的多品牌创新战略造就了一个长青企业的神话；
舒蕾反向思维模式成就了第一个向洋货叫板的梦想；
6H 思维模式在海尔的成功实践使我们自豪地将向世界宣告：
“Made in China”。

8 .

宝洁、舒蕾、海尔的财富从何
而来

——6H 思维模式综合应用

本章运用 6H 创新思维模式全面剖析宝洁、舒蕾、海尔在企业战略发展、日常管理、产品开发、营销策划、广告传播、售后服务等方面的经营成功之道，让您看到一个个活生生的精彩案例，熟练掌握 6H 创新思维模式，并在实践中加以应用，必将使您终生受益。

宝洁公司如何实施 6H 创新思维战略/187

舒蕾从哪里“造反”/190

6H 创新思维模式诠释海尔创新战略/193

财富从何而来

——6H 思维模式综述

1 .

**吾心信其可行，则移山填海之难，终有成功之日；吾心信其不行，
则反掌折枝之易，亦无收效之期也。**

——孙中山



请带着以下问题阅读：

从联合国的调查报告分析,美国财富的来源何在?

瑞士为什么成为世界金融中心?

如何开展 6H 思维模式的训练?

二战后日本企业为何迅速发展?

中国与美国的创新差距主要在什么地方?

儿童的创新能力和怎样从小培养?

您的企业到底处于什么阶段?

美国人光着屁股去干什么?

老板的基本素质是什么?

如何成为世界级的企业领袖?

未来的财富在哪里?

美国之所以如此发达是因为美国人迸发的无穷创造力；
日本二战后的崛起得益于全国的“一日一案国民运动”；
中国改革开放的巨大成就，根源在于中国人观念的转变……

思路决定出路，
智慧创造财富。
这是被无数事实证明的真理。

本章分析 研究美国、日本财富积累的根本原因，认为财富的根本来源是人的创造力的开发，创新能力的高低决定着财富积累的多少，在此基础上率先建立了独创的 6H 创新思维模式，第一次从创新思维的角度全面深刻地提出儿童、员工、老板的创新精神应该怎样培养。帮助您从根本上了解并掌握创新能力的培养方法，通过借鉴和分析大量案例，告诉您未来的财富到哪里寻找。

——6H 思维模式应用指南——

联合国的调查报告说明了什么问题；地区经济发达，国家富强的根本原因告诉我们什么；日本人怎样进行创造力开发的训练，儿童的创新能力开发；中国企业处于什么阶段；西装革履的美国人不要忘了光屁股的祖先；世界级的企业领袖要具备什么素质；未来告诉我们从哪里寻找商机。

主要案例

- ◎ 瑞士的金融、会议产业
- ◎ 美国只有 2% 的人从事农耕
- ◎ 日本人的一日一设想活动
- ◎ 美国幼儿园教孩子们“写书”
- ◎ 联合国亲善大使的中国幼儿园之行
- ◎ 德国小威特 13 岁成为哲学博士
- ◎ 筷子的训练效果
- ◎ 海尔的“大地瓜洗衣机”
- ◎ 快餐业的未来

美国的财富从何而来

联合国教科文组织最近在全球范围内做了一项调查，调查的题目是：“第二次世界大战后，为什么有的国家经济迅速发展复苏，而有的国家却停滞不前或速度缓慢，渐渐落在别人的后面？一个地区经济是否发达、国家是否富强的最根本的原因是什么？”

在调查前，很多人都在预测可能的结果，有人说是人口因素，有人说是资源因素，有人说是该国家全民平均受教育程度的高低，有人说是地理环境因素，有人说是工农业基础，还有人说是看这个国家能不能接受移民和外来文化等等。

但是，几乎所有的人都没有想到，当调查结果出来以后，这些预测都不正确。

按照人口因素说，似乎哪儿的人越少，哪里就越发达。但是在考虑问题时，我们应该有一个正确的思路，人口的多少不能按照绝对值来计算。

比如你们家有两口人住了一套两室一厅的房子，而我们家有十口人却住了 50 间房子，那么谁的住房条件差呢？所以在考虑人口因素时，应该按照每人平均占有的国土面积来计算。

事实上，日本人均占有国土面积是中国人均的 5 倍，而中国南方一些发达省市人均占有土地比北方少很多倍，但是南方地区的经济发展显然远高于北方地区。

* It is never too late to learn. 学习永远不嫌晚。