

北京真美视听技术有限公司 推荐

Zero TimeTM

F270
y42b

Providing Instant Customer Value—Every Time, All the Time!

零时

即时响应客户需求的创新战略

雷蒙德·叶
(美) 克瑞·皮尔逊 著
乔治·科兹梅特斯基

唐文焕 译
邵洁

Zero

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

Zero Time™: Providing Instant Customer Value —Every Time, All the Time!

Copyright © 2000 by Raymond Yeh, Keri Pearlson and George Kozmetsky.

All right reserved.

Authorized translation from the English language edition published by John Wiley & Sons, Inc.

本书中文简体字版专有翻译出版权由美国John Wiley & Sons, Inc. 授予电子工业出版社。该专有出版权受法律保护。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2001-0383

图书在版编目(CIP)数据

零时: 即时响应客户需求的创新战略 / (美)叶(Yeh, R.), (美)皮尔逊(Pearlson, K.), (美)科兹梅特斯基(Kozmetsky, G.) 著; 唐德琴等译. —北京: 电子工业出版社, 2002. 6

书名原文: Zero Time™: Providing Instant Customer Value—Every Time, All the Time!

ISBN 7-5053-7650-0

I. 零… II. ①叶…②皮…③科…④唐… III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 033865 号

责任编辑: 何 瑞

印 刷: 北京大中印刷厂

出版发行: 电子工业出版社 <http://www.phei.com.cn>

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 850×1168 1/32 印张: 10.5 字数: 156 千字

版 次: 2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 20.00 元

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系。联系电话: (010) 68279077

美国著名的企业家、经济学家、教育家 对本书的赞誉

“作者明确地提出了一个基于与客户建立联盟和利益共同体的完整的全新的观念，并最终认定，客户是创新过程的核心。如此去发现（或重新发现）客户的价值，必然对现有的基本理念形成冲击，并开启了通向新的市场之门，奠定了在未来经济中成功的基石。”

——Debra M. Amidon

Entovation 国际有限公司的执行总裁，《知识经济中的创新战略》一书的作者

“《零时》论述了这样一个观点，就是在时间是使客户满意的基本要素的时代，企业应该将时间的概念引入为客户提供满意服务的过程中。该书给出了缩小所有阻碍为客户提供满意服务的法则，并提供了一系列精心挑选的案例，阐明了成功企业是如何缩小这些差距来为客户提供最好的服务的。这是一本值得花时间来阅读的著作。”

——Robert M. Berdahl

伯克利加州大学校长

“如果时间就是金钱，那么《零时》则价值百万……一部管理者必须阅读的我们这个时代最热门话题的著作之一……一部价值永恒的著作。”

——Jim Borkin 博士

InterClass 国际公司教育协会主席

“应当要求每位首席执行官阅读本书。”

——Don Carty

美国航空公司董事长、总裁和首席执行官

“你可能也和我一样使用‘因特网时代’这个词，来表达在做出决定和行动时的速度的概念，来衡量在新经济中工作（或应该工作）得如何。在你读完这本重要的著作后，你将懂得在今天的经济时代中，有些东西比高速度更加意义深远，而且在将来更是如此。我向那些在新经济时代中寻求成功的人士，向那些想了解未来将发生什么的所有人士极力推荐《零时》这部著作。”

——Jared L. Cohon

Carnegie Mellon 大学校长

“相对论揭示了时间在力学中的重要性，乔治·科兹梅特斯基和他的合著者则强调了在商业领域中的新的时间量纲。《零时》充满了洞察力，同时也给出了许多公司如何调整战略以满足客户即时需求的非常实际的案例。”

——Bertrand Collomb
Lafarge 公司总裁

“‘零时’的引人入胜的哲理，在因特网时代中，将被证明它是公司取得成功的至关重要的法宝。我发现这本著作非常发人深省，非常有创见，相信其将会在全世界范围内，对于传统的思想形成巨大的冲击……随着这本著作的出版，作者将继续对商业世界做出巨大贡献，同时我们对他们的远见卓识表示深深的感谢。”

——William H. Cunningham
得克萨斯大学校长

“基于他们的经验、深入的洞察力和有启迪作用的例证，作者们写出了一部优秀的、高质量的作品，阐述了公司如何能够有效地将个人的积极性、授权过程和以因特网为中心的技术结合起来，提供即时的、可靠的、与客户价值统一的服务。”

“本书包括了我以前未曾见过的一些想像力丰富的和有

创造力的思维方法，它涉及学习制度、对客户关注和取悦、值得信任的公司文化，以及组织的活力，所有的描述都使用了一种有趣的又合乎逻辑的风格。”

——David M. Darst

《完全债券手册》以及《债券和金融市场手册》的作者

“本书结合了趣闻、历史案例、洞察力和想像力，以授权和客户关注点为中心，揭示了在数字时代所创造的机遇中，如何能够提高企业的商务能力。”

——Sandra Duncan 教授

法官协会会长，英国剑桥 Sidney Sussex 大学校长

“《零时》对于要在新经济时代成功领航的首席执行官们来说，是一部必读的著作。叶、科兹梅特斯基和皮尔逊博士不仅仅是为航行提供了航海图，而且提供了要在新千年中达到繁荣昌盛所必须遵循的一套‘改革的十诫’法则。”

——Paul Hirschbiel

Eden Capital 公司总裁

“《零时》是一部发人深省的著作，其所提出的概念将被

证明适用于商业世界的各个领域。产值大约占 GNP 14% 的医药业，还有家庭手工业，也将按照这部著作所描述的原则重新形成新的模式。”

——Stephen H. Hochschuler
医学博士，得克萨斯 Back 学院的创始人

“这是一部要在 21 世纪引导公司取得成功的首席执行官们必读的书。”

——Bob R. Inman

“这不仅是一本现代的书，也是一本充满了积极思想的未来的书。通过学习零时的哲理，我们将能够在数字革命带来的未来中创造出各种机会。”

——Fumio Itoh
Aoyama Gakuin 大学国际政治经济和商业研究生院院长

“《零时》将成为 21 世纪的一部宝典。加速缩小距离是最基本的，不仅仅是为了成功，也是为了生存。”

——Herbert D. Kelleher
美国西南航空公司的董事长、总裁和首席执行官

“这是一部难得的精彩著作，……生动真实、可读性强，提供了基于调查研究和分析的成果，剖析出在现实世界中如何使优秀的公司与其他公司区别开来。这部关于新经济和现代管理的现实课程的具有创新思想的著作，值得商业和人力资源业务的领导、投资者和所有关心地区经济的人士阅读。”

——Jamie Kenworthy

阿拉斯加科技基金会执行主席

“作者刻画出了在今天的竞争环境中评定商业投资是否成功的5个要素。如同过去的数学家一样，他们发现了零的概念，并将其提高到交易时间、学习时间表、价值差距等事物的首位。有说服力的案例、新颖的概念和有用的信息、具有现代气息的商业实例，使这本书给人们以深刻的印象。”

——Alvin L. Kwiram

华盛顿大学副教务长

“《零时》在时间和竞争力方面超前了十年。”

——Edward A. Miller

“《零时》大胆地确立了一个方向,就是把联邦快递公司、戴尔计算机公司,通用电气公司和思科公司等这些不同公司的著名的创新实践集成为引人注目的美国商务的新模式。许多人可能已经从不同的角度窥见了这种未来的趋势,但是这本书却看到了令人吃惊的新兴公司的全部实质。该书从新型公司业务的增长到公司的巨大变化,为您展示了零时概念的本质。”

——Barry Munitz

J. Paul Getty 信托投资公司总裁和首席执行官

“《零时》是一部读起来非常令人着迷的、很宝贵的、有指导意义的书。它以新颖的角度讲述了美国几个主要公司成功的故事。在过去,传统经济总是遵循着重复的模式,但在今天的信息社会中,这种情况将不会再持续下去。按照书中作者的分析,我们要争取成为‘零时’公司,这是一些公司逐步接近的目标。该书还对现代经济问题作了清晰的介绍。”

——Ilya Prigogine

比利时布鲁塞尔 Solvay 国际理化学学院院长,得克萨斯大学 Ilya Prigogine 统计力学、热力学和复合系统研究中心主任,诺贝尔奖获得者

“这是一部不同凡响的现代管理的建议书和指导书。人们几乎都能够相信‘零时’的概念并成为‘零时’迷和促进者。书中详细讨论和使用的案例都是在世界经济共同体中许多著名公司的价值观和现代的、生动的实例，它们是真实存在着的。”

——George A. Roberts 博士

“就像《优秀企业探究》一书一样，《零时》打破了旧的规范。它提供了一种新的思维和行动方法，它将引发争论，并最终给人以启迪。”

——Robert Ronstadr 博士
得克萨斯大学 IC2 研究所所长

“《零时》是新千年管理者的指南！科兹梅特斯基和皮尔逊博士从当今商业的丰富事例的无序动态中，分析出它们的本质，提炼出走向成功的相互关联的一套原则和方针。该书不仅提出了一套抽象的理论，同时给出了很有研究价值的案例；不仅说明了所提出的理论，而且可以作为效仿和改进的典型模式。如果首席执行官和首席信息官们要使自己的企业

在新经济中继续生存，这将是一本‘必读书’。”

——Alan B. Salisbury 博士

Learning Tree International 前任主席

“《零时》对在电子商务时代，企业如何适应因特网发展速度的方法，进行了精辟的剖析。”

——Ralph J. Szygenda

通用汽车公司副总裁和首席信息官

“阅读这本书，将强烈激发你关注公司的商业基本原则，促使你从不同的角度进行思考，并对企业的运营实施根本的改变。”

——Jack Thorne, David T. 和 Lindsay J. Morgenthaler

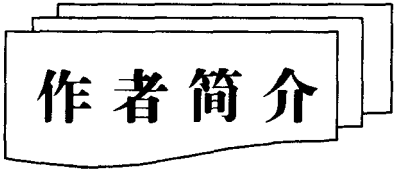
Carnegie Mellon 大学企业管理研究生院教授和

Donald H. Jones 企业家中心主任

“《零时》分析了当今竞争的电子商务的复杂性，提供了企业开发优势战略的蓝图。”

——Fran Ulmer

阿拉斯加副州长



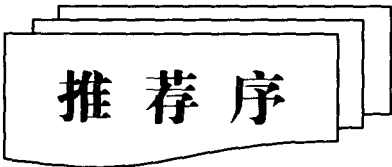
作者简介

雷蒙德·叶 (Raymond Yeh)

FunSoft 公司董事长兼首席执行官，曾担任 IBM, GTE, AT&T, NEC, 西门子公司和日立公司的执行顾问，且成功创建了三家软件公司。叶博士是一位多产的作家，曾撰写了 10 部著作和 120 多篇文章，而且是日本最受欢迎的计算机杂志《BIT》的专栏作家。叶博士曾执教于得克萨斯大学、马里兰大学等多所大学，他也是明尼苏达大学控制数据公司的著名教授。

克瑞·皮尔逊 (Keri Pearlson)

零时研究所的创始人和首席执行官，KP Partners 的创始人之一。她是得克萨斯大学商业研究生院担任著名的信息管理课程的教师。皮尔逊博士曾与多家电子商务创业公司及《财富》500 强中多家公司的高层管理者一起工作过，如 3M、通



推 荐 序

经历了 15 年谈判之后，我国终于成为 WTO 的成员。这是我国坚持改革开放，综合国力日益增强，国际地位不断提高的必然。随着经济全球化的进程，我国将更快地融入国际经济的大环境之中。为了有效地遵守和运用 WTO 的规则，面对强手如林的国内外两个市场的更加激烈竞争，各行各业都在认真研究 WTO 的有关规则，分析我国产业发展所面临的机遇和挑战，制定对策。

正值我国加入 WTO 之际，《零时》一书的翻译出版，可谓“生逢其时”。

《零时》一书，提供了在经济技术全球化、数字化、网络化的商务环境中，企业如何适应瞬息万变的市场，抓住时机，确定目标，快速成长，保持市场领先地位的策略。

《零时》贯穿着现代管理科学的新的理念。作者通过总结成功企业的典型案例，生动地列举了它们的重要经验，提出了许多有创见的理论，并概括为“零时”的概念，以及达

用汽车、联邦快递、AT&T、戴尔计算机公司和思科系统公司。

乔治·科兹梅特斯基 (George Kozmetsky)

得克萨斯大学 IC2 研究所董事长。IC2 研究所是一家致力于将最新科学技术商业化的机构。他还担任得克萨斯大学经济事务的副执行官和跨区域发展研究所的副所长。科兹梅特斯基博士曾获得包括美国国家科技奖在内的多项奖励和荣誉。他是 Teledyne 有限公司的创始人之一和前任执行副总裁，并担任戴尔计算机公司的名誉董事。

到“零时管理”境界的法则。作者提出并解释的这些新的理念，不仅是对现代管理科学的创新和发展，也是对传统管理科学的挑战和冲击。例如，作者提出，在当今的数字世界中，市场的占有率已经不再是衡量企业成功的有效工具，占有忠实的客户群比占有一时的市场份额是更有意义的衡量企业成功的标志。基于与客户结成联盟和利益共同体的全新的观念，认定客户是创新过程的核心，并将时间的概念引入为客户提供满意服务的过程中。又如，对生产经营价值观念的创新，传统的价值概念认为价值是沿着价值链逐次积累的，当产品或服务最终提供给客户的时候才产生出价值。而在今天的商务环境中，价值可以产生于价值链的初始端，以信息的形式被创造出来，信息可以被便捷地包装和递送，并产生价值。联邦快递（FedEx）公司的客户在包裹未送到之前，就可以通过该公司的在线跟踪系统跟踪包裹的流程，这种能力对于FedEx的客户和受送方来说都是非常有价值的。如此去重新发现和认定客户的价值，以及对价值链的架构调整和定位等，必然对现有的基本观念产生冲击。这些新的观念在全球化、数字化、网络化的进程中，必将进一步得到理解、检验、充实和发展。

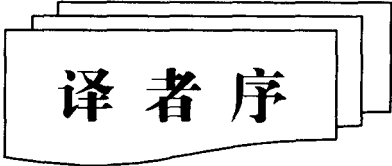
书中所列举的：通用电气（GE）公司，从传统制造业转变为以服务业为主，从一个“沉睡的巨人公司”转变为敏捷而有声望的公司的案例；索尼（SONY）公司，从推出 Walkman（随身听），开创并持续占领这块市场空间，引领一种全新的

“耳机文化”的案例；思科（Cisco）公司，创建以供应商、客户和互补伙伴的联盟，形成互相支援、共生的群体，发展产业生态链，在 14 年中，由创业开始爆炸性扩张为市值 1000 亿美元的公司的案例；戴尔（Dell）公司创建即时学习经验的案例等，都十分生动清晰，发人深省。

《零时》对于从事管理科学的专家、教授、企业家们，是一份有新意的研究成果；对于在校的 MBA 和其他管理学科的学子们，也是一本有价值的参考书。

邓寿鹏

国务院发展研究中心



译者序

由于当代通信、计算机、光电子、软件、微电子以及网络与控制等电子信息技术的高度发展与融合，引发了全球的信息化以及经济全球化、数字化和网络化。以数字化、网络化技术为基础，以各类电子信息技术系统集成作为特征，信息技术和信息型经济已经成为全球经济增长的决定性因素。

物质、能源、信息是人类社会不同发展阶段赖以生存和发展的“资源”。在工业化社会中，经济发展的支柱是材料、能源和交通。整个社会经济活动的主流是物质型产品的生产、流通和消费，需要强大的材料、能源、交通网络作为社会的基础设施，用以支撑物质产品的生产、流通和消费活动。进入信息化社会以后，社会经济活动的主流将出现重大变化：其一是物质型产品对材料、能源的消耗指数下降，产品中信息含量越来越高；其二是“信息”本身成为商品，信息资源的开发利用，将创造出巨大的物质财