

# Harvard Business Review

## 哈佛商业评论



2012年 第2辑 (9月)

**046. 大思路**  
大企业重启“车库”

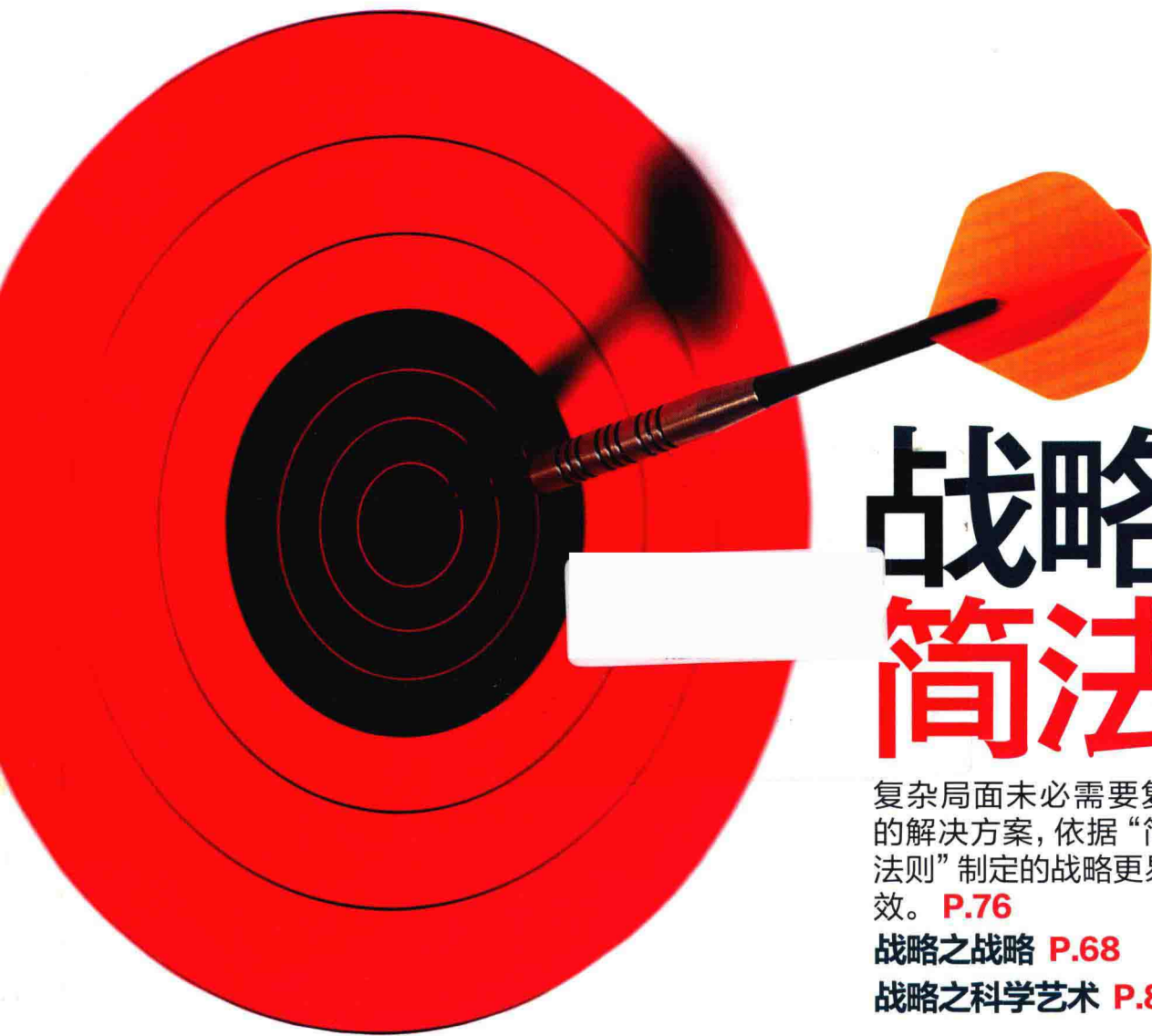
**058. 对话**  
张瑞敏：寻找“终极颠覆”

**036. 实战复盘**  
普拉达CEO：  
如何不被并购浪潮淹没

**108. 特写**  
职场妈妈惹不起！

**094. 经典重读**  
管理崩溃始于战略

**148. 案例研究**  
听从观众，还是听从艺术家？



# 战略 简法

复杂局面未必需要复杂的解决方案，依据“简单法则”制定的战略更易奏效。 **P.76**

**战略之战略 P.68**

**战略之科学艺术 P.84**

图书在版编目(CIP)数据

哈佛商业评论. 第2辑 / 《哈佛商业评论》编委会编. -- 北京: 企业管理出版社, 2012.9

ISBN 978-7-5164-0149-1

I. ①哈… II. ①哈… III. ①商业管理-文集 IV. ① F712-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第206382号

广告经营许可证号: 京海工商广字第8127号

---

书 名: 哈佛商业评论(第2辑)

作 者: 本书编委会

责任编辑: 周灵均

书 号: ISBN 978-7-5164-0149-1

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室(010) 68701719 发行部(010) 68701816 编辑部(010) 68414643

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京利丰雅高长城印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 210毫米×275毫米 16开本 10印张 400千字

版 次: 2012年8月 第1版 2012年8月 第1次印刷

定 价: 50.00元

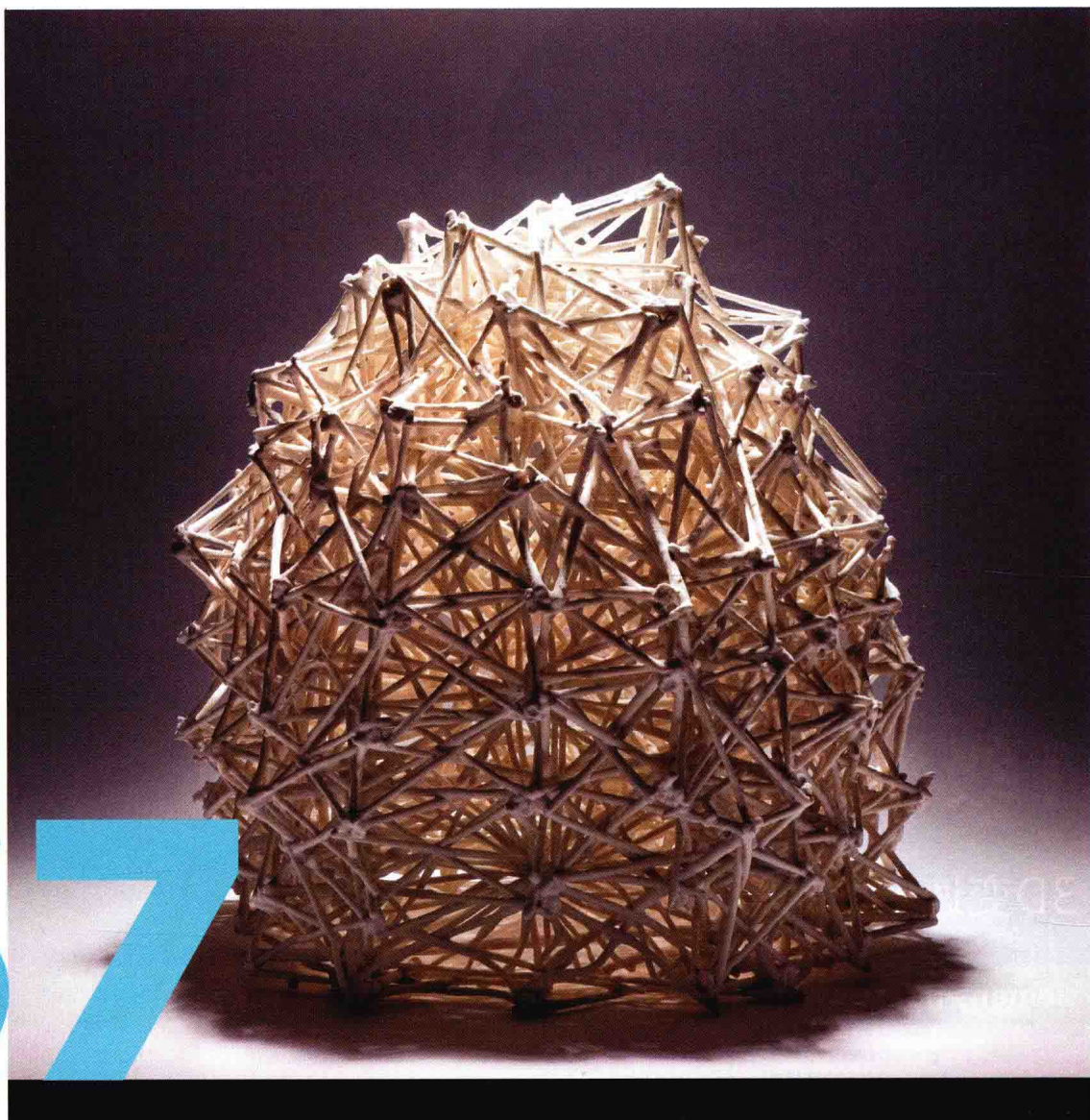
---

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换



# Contents 目录

# 67



聚光灯 Spotlight

战略之战略  
战略之简单法则  
战略之科学艺术

背景艺术作品  
**Radiolaria RD**  
诺拉·奥多诺万  
2009年  
瓷器



20

众说 Interaction

前沿 Idea Watch

▶ 抢鲜读 FIRST

贿赂——令人头痛的顽疾

▶ 研究控 Research Watch

谁在给酒店打“五星”？

▶ 奇思辩 Defend Your Research

助人者自从容

▶ 新视界 Vision Statement

初创公司能否扭转乾坤？

▶ 幽商一默 Strategic Humor

▶ 专栏 COLUMN

消费者赚了，谁亏本？  
全球一体化中的竞争力  
“精益制造”离中国仍远

28

实战复盘 How I Did It

普拉达CEO：  
如何不被并购浪潮淹没

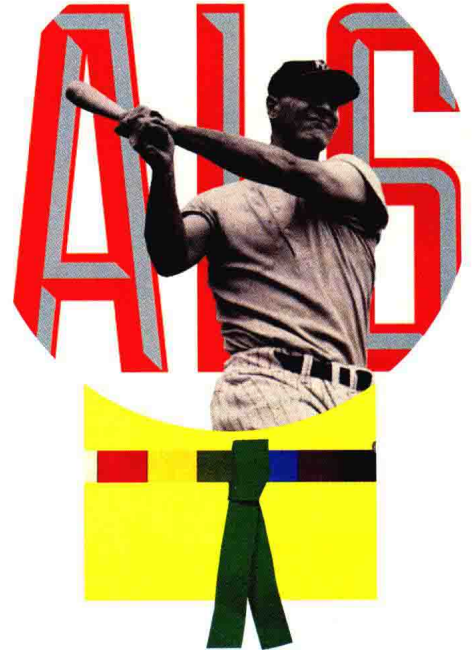
大趋势 TRENDS

全球品牌需要全球化的Apps  
PE冰川时代到来

大思路 Big Idea

大企业重启“车库”

36



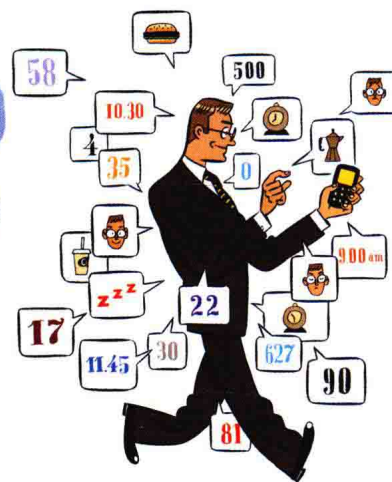
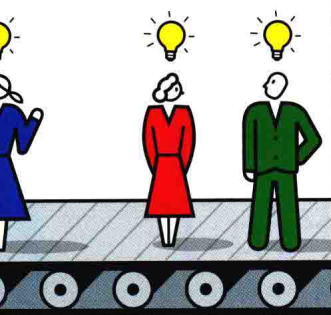
58  
94

对话 HBRC DIALOGUE

张瑞敏：寻找“终极颠覆”

经典重读 HBR Classic

管理崩溃始于战略



108

特写 Feature

职场妈妈惹不起！  
四招驯服大银行  
你在解决“真问题”吗？  
中文译名要当心

144

经验 Experience

- ▶ 自我管理 Managing Yourself  
“数”造自我
- ▶ 案例研究 Case Study  
听从观众，还是听从艺术家？
- ▶ 杂谈 Synthesis  
点子太多，激情太少



INFINITI

Inspired Performance™



[Infiniti.com.cn](http://Infiniti.com.cn)

客户服务中心热线: 800-880-9090 / 400-880-9090

破界而行 灵感新生

一百年前

马爹利蓝带为干邑赋予传奇定义，从此即成为领略

非凡品味的 **传世** 之作。世纪交叠，

马爹利蓝带仅为极致盛宴呈献，唯慧眼独具的鉴赏家

方能领略。 **始自** 彼时，其独到的

馥郁芳香经久不灭，从 **1912** 年诞生就绝伦于世，

成为芬芳四溢的百年探寻之源。

马爹利蓝带

品味至品位 传世续非凡



MARTELL

COGNAC



CORDON BLEU

1912 100 2012

马爹利蓝带 盛颂百年



# MILUS

SWISS MADE SINCE 1919

WWW.MILUS.COM

## 时间, 为幸福添上色彩

因为时间的流逝, 人才懂得珍惜!

因为时间永远向着未来, 我们才学懂把握现在!

在有限的时间、在争分夺秒间, 那红的、蓝的、银的, 以及棕色的色彩, 为你新婚的大日子, 那无尽的浪漫, 添上无限的幸福!

撰文/ Leanne//编辑/MJ



### 玩转时间的色彩

2012年著名的“Tirion TriRetrograde” (三秒针返跳或简称三飞返) 或再闯潮流巅峰, 这次大胆玩转鲜艳色彩——并同时推出黑色精钢与赤金组合的全新系列腕表, 将Milus的原创性和动感秒针的设计表露无遗, 别具一格。

“Highly Personal” 忠于自我, Milus 相信每一只腕表都能激发佩戴者玩转时间的热情, 且从容不迫地展现独特个人品味的自我个性。Milus 每件作品都别具匠心, 以崭新角度搭构时针、分针和秒针的每一次走动, 展现出非凡而优雅的设计。2008年推出的“Tirion TriRetrograde” 腕表系列完美地演绎了“Playful Spirit of Time”的概念, 在三段弧形轨道上运行的三根秒针如此与众不同, 加上可以从镂空表盘窥见其独有的Milus “3838 TriRetrograde” 三飞返机芯, 为这款时计烙下杰出而优雅标记, 成功创造出独特自我的腕表风范。

2012年, Milus 为自家旗舰款腕表打造出五个新的版本, 每一个版本都充满时代气息, 活力十足, 而且每款都个性鲜明、色彩夺目, 以精致的手法对双色表壳的潮流作了全新的诠释。

### 双色高雅

这是第一款双色精钢材质的Tirion TriRetrograde腕表, 高贵而坚固。表壳的特别之处在于黑色DLC (类金刚石碳膜) 镀层, 既优雅又高度耐磨。与经过缎光拉丝表面处理的18K赤金表圈和表冠搭配, 构成了一个充满力量而独特的个体。在镂空表盘上也有着同样的黑色与金色组合——搭配着蓝刚螺钉。连接着弯曲表耳的黑色鳄鱼皮表带, 佩戴在手腕上倍感优雅舒适。

## 红色动感

生动活泼的红色点缀在表盘上，令人联想起赛车的“碳纤维”装饰，与黑色DLC表壳和缎光拉丝精钢表圈形成鲜明对比。黑色鳄鱼皮配红色缝线表带与这个极具现代感的双色表身组合相得益彰。



## 棕色温馨

棕色表盘上装饰着规律的“碳纤维”图案，与温馨细致的镀有缎光拉丝赤金的表圈、典型的制表元素“蓝刚螺钉”浑然天成，极具美感。



## 蓝色经典

象征自由和广阔视野。“碳纤维”外观的表盘，让宽大的白色阿拉伯数字以及带有夜光涂层的指标看起来更加抢眼。表壳为精钢材质，表圈和表冠为黑色DLC镀层的精钢材质，黑色鳄鱼皮表带则装饰着蓝色缝线。

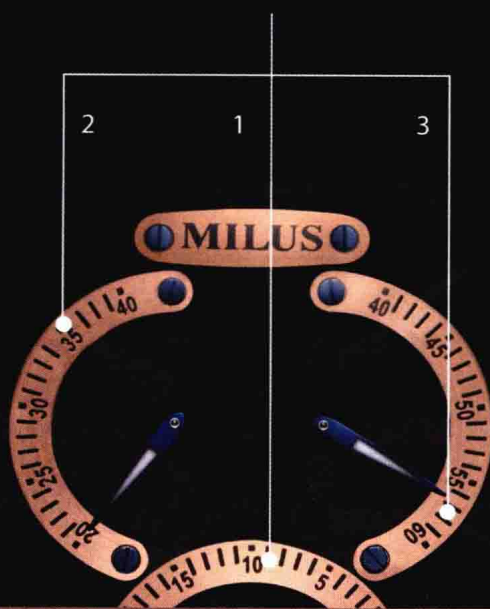
## 银色柔和

表盘拥有精美柔和的银色边框，包围着格状饰纹的华丽机芯——整体效果因黑色DLC镀层精钢的表圈而得到提升。

## TriRetrograde 三飞返机芯

3838 TriRetrograde 三飞返机芯为Milus 所独有，在3点钟、6点钟，和9点钟的位置各设一个弧形轨道，共同显示秒钟。三根秒针接力运行，各运行二十秒后将会像“火炬传递”般传递至下一个轨道，然后闪电般跳回其出发点。这场美妙而欢愉的芭蕾舞姿，周而复始、永不疲倦，让时间的流逝成为一个有趣和迷人的景象。

## TRI 3 RETROGRADE



图书在版编目 ( C I P ) 数据

哈佛商业评论. 第2辑 / 《哈佛商业评论》编委会编. -- 北京 : 企业管理出版社, 2012.9

ISBN 978-7-5164-0149-1

I. ①哈… II. ①哈… III. ①商业管理-文集 IV. ① F712-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第206382号

广告经营许可证号: 京海工商广字第8127号

---

书 名: 哈佛商业评论 (第2辑)

作 者: 本书编委会

责任编辑: 周灵均

书 号: ISBN 978-7-5164-0149-1

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816 编辑部 (010) 68414643

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京利丰雅高长城印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 210毫米 × 275毫米 16开本 10印张 400千字

版 次: 2012年8月 第1版 2012年8月 第1次印刷

定 价: 50.00元

---

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换



**Harvard  
Business  
Review**  
哈佛商业评论

# 《哈佛商业评论》全新中文版 有的放矢 直击管理难题

**Harvard  
Business  
Review**  
哈佛商业评论



2012年 第2期 (9月)

- 048. 大思维**  
大企业重启“车库”
- 058. 对话**  
张瑞敏：寻找“终极颠覆”
- 036. 案例观察**  
普拉达CEO：  
如何不被并购浪潮淹没
- 108. 精英**  
职场妈妈惹不起！
- 094. 经典重读**  
管理前始于战略
- 148. 管理研究**  
听从观众，还是听从艺术家？



## 战略 简法

复杂局面未必需要复杂的解决方案，依据“简单法则”制定的战略更易奏效。 **P.76**  
**战略之战略 P.68**  
**战略之科学艺术 P.84**

企业管理出版社  
www.hbrchina.com

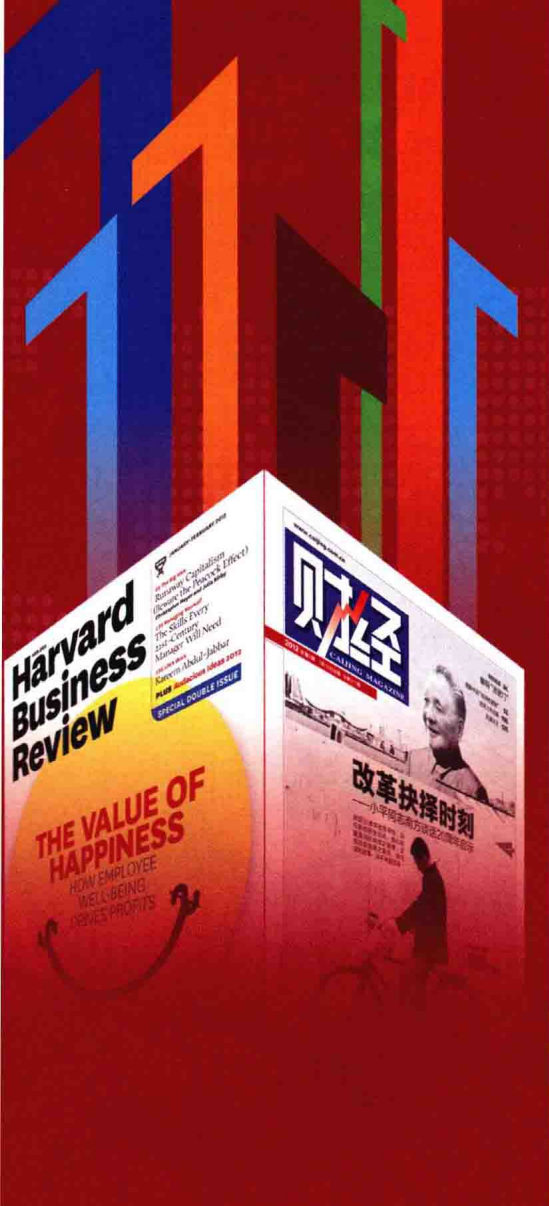
为商业管理提供世界级价值参考标准，推进中国企业管理实践与研究的国际化。2012年7月起，财讯传媒（SEEC）已推出全新的《哈佛商业评论》中文版（HBRC）。

《哈佛商业评论》全新中文版在原汁原味呈现世界级管理思想的同时，还将按《哈佛商业评论》的标准，采集中国本土的商业管理内容，反向提供给《哈佛商业评论》英文版杂志和网站。《哈佛商业评论》全新中文版，更多管理真谛！

订阅电话：400-009-0313 合作咨询：010-85657210



新浪微博 weibo.com 哈佛商业评论 <http://weibo.com/hbrchinese> 网址：[www.hbrchinese.org](http://www.hbrchinese.org)



# 《哈佛商业评论》 中文版



**Harvard  
Business  
Review**  
哈佛商业评论



# Harvard Business Review

哈佛商业评论

2012年9月 第2辑

## 《哈佛商业评论》

Harvard Business Review Group, [www.hbr.org](http://www.hbr.org)

总编辑 Editor-in-Chief

Adi Ignatius

## 《哈佛商业评论》中文版

Harvard Business Review Chinese Edition, [cn.hbr.org](http://cn.hbr.org)

总编辑 Editor-in-Chief

王波明 Wang Boming

编辑委员会 Members of Editorial Board

于颖 王波明 何刚 杨浪 法满 靳丽萍 戴小京

Yu Ying, Wang Boming, He Gang, Yang Lang, Fa Man, Jin Liping, Dai Xiaojing

主编 Editor

何刚 He Gang

副主编 Executive Editor

王以超 Wang Yichao

助理主编 Deputy Editor

程明霞 Cheng Mingxia

高级编辑 Senior Editors

钮健军 骆毅 高琨 王丰 李全伟

Niu Jianjun, Luo Yi, Gao Kun, Wang Feng, Li Quanwei

编译 Articles Editors

万艳 鲁志娟 安健 李钊 邓小莉

Wan Yan, Lu Zhijuan, An Jian, Li Zhao, Deng Xiaoli

新媒体主管编辑 Digital Executive Editor

徐明 Xu Ming

新媒体编辑 Digital Editor

腾跃 Teng Yue

高级撰稿 Senior Writers

邓勇兵 王娜丽

Deng Yongbing, Wang Nali

撰稿 Writers

陈圆妮 熊静如

Chen Yuanni, Xiong Jingru

编务 Staff Assistant

白薇薇 Bai weiwei

特约学术编辑 Academic Consultant

戴险峰 Dai Xianfeng

视觉中心 Visual Art Center

视觉主管 Director

夏丽川 Xia Lichuan

图片总监 Photo Director

左微微 Zuo Weiwei

美术总监 Art Director

傅天 Fu Tian

美术编辑 Graphic Designer

于真 Yu Zhen

总经理 General Manager

刘霄 Liu Xiao

行政总监 Administration Director

颜晓群 Yan Xiaoquan

执行总经理 Executive General Manager

张瑾 Zhang Jin

发行总监 Distribution Director

高云竹 Gao Yunzhu

高级品牌经理 Senior Branding Manager

杨志清 Yang Zhiqing

品牌主管 Branding Supervisor

赵玉彬 Zhao Yubin

副总经理 Deputy General Managers

程建国 恩睿辉 张燕冬

Cheng Jianguo, En Ronghui, Zhang Yandong

人力资源总监 Human Resource Director

郝晶 Hao Jing

广告总监 Account Director

贾建波 Jia Jianbo

高级品牌经理 Senior Branding Manager

赵阁宁 Zhao Gening

高级客户经理 Senior Account Manager

叶海虹 李淳

Ye Haihong, Li Chun

### 版权声明:

本书内容由哈佛商业出版集团授权独家使用《哈佛商业评论》(Harvard Business Review, HBR)的简体中文版,部分内容来自《哈佛商业评论》中文版团队采写或编辑,未经许可,不得转载或摘抄。

Copyright Notice: Harvard Business School Publishing Corporation exclusively authorizes this publication as simplified Chinese Version of Harvard Business Review (Hereinafter referred to as HBR). Part of the content in this publication is created and edited by editorial team of HBRChina. All rights reserved. Without Consent, no part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means.

《哈佛商业评论》地址:北京市朝阳区朝外大街22号泛利大厦20层

邮编:100020

联系电话:00-86-10-85651005 85657304 85650323

电子信箱:[hbr@caijing.com.cn](mailto:hbr@caijing.com.cn)

# SIEMENS



## 1级洗净比，加速、节能由您选

### 3D变速节能系列洗衣机

[siemens-home.cn](http://siemens-home.cn)

无论是自行车的低碳步伐，抑或是赛车的澎湃速度，自由切换适当节奏，让一切如此随心所欲。西门子3D变速节能系列洗衣机，搭载BLDC无刷电机与智能软件控制系统，在1级洗净比下，实现更快速或更节能的双向选择。洗涤方案细化延伸，加速、节能由您选择，洗衣过程亦变得随心所欲。详情请致电：40088-99999



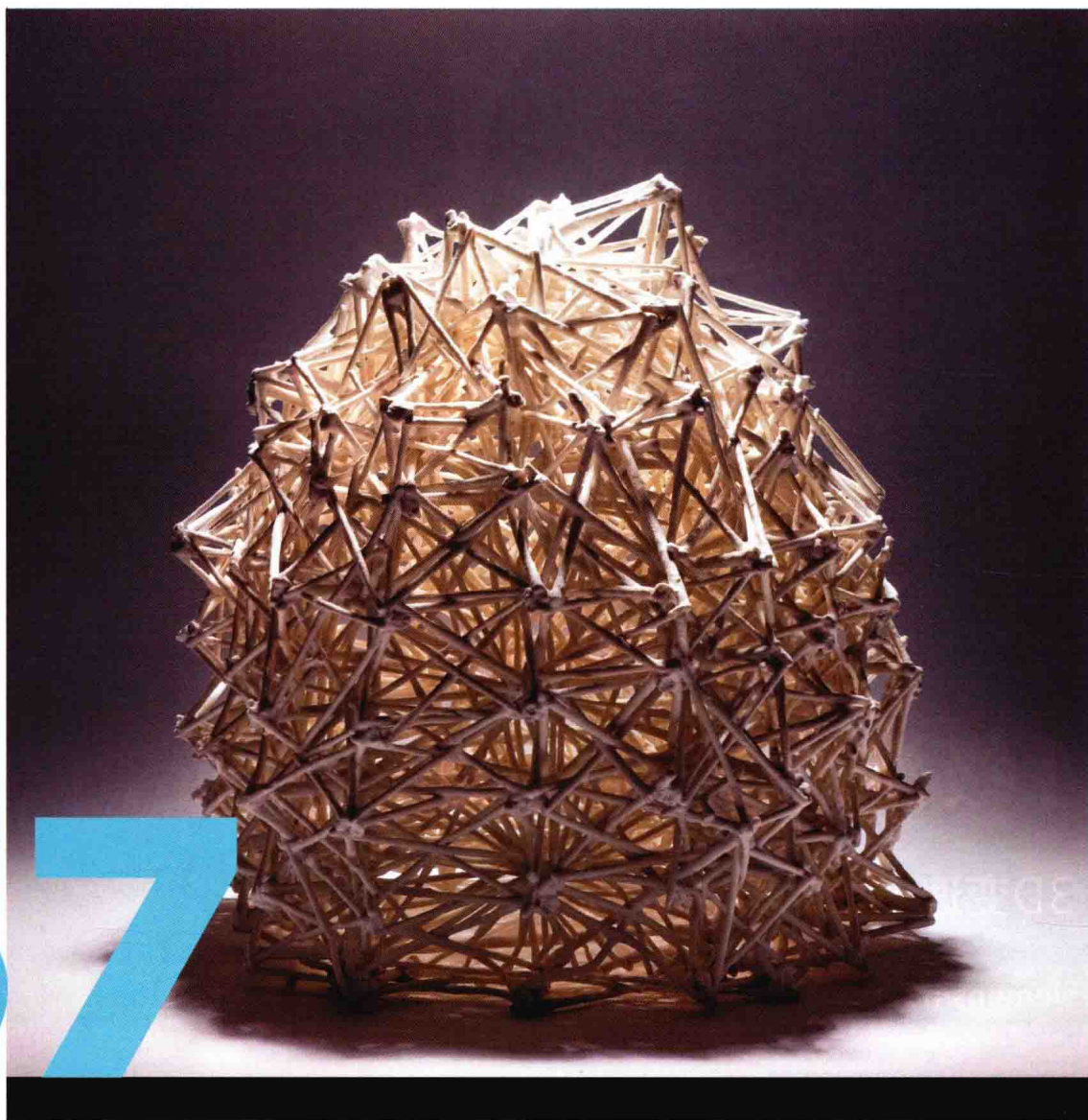
加速 | 节能

西门子家电 The future moving in.



# Contents 目录

# 67



聚光灯 Spotlight

战略之战略  
战略之简单法则  
战略之科学艺术

背景艺术作品  
**Radiolaria RD**  
诺拉·奥多诺万  
2009年  
瓷器



# 信 赖

为您的今天与未来

尽心竭力

我们不只是您的

合作伙伴.....

## 私人银行

PRIVATE BANKING

累积百年金融智慧,我们深知财富传承不仅需要稳妥的专业方案,更需要人与人之间的诚信信任。中银私人银行广泛汲取国际先进私人银行管理技术和成功经验,开创“1+1+1”专业服务模式,以国际化的资深专家队伍,提供私密专享的全球财富管家式服务,为您的今天与未来尽心竭力。我们不只是您的合作伙伴,更是值得您信赖的朋友。

Banking 银行 | Insurance 保险 | Investment 投资



百年中行 全球服务





20

众说 Interaction

前沿 Idea Watch

抢鲜读 FIRST

贿赂——令人头痛的顽疾

研究控 Research Watch

谁在给酒店打“五星”？

奇思辩 Defend Your Research

助人者自从容

新视界 Vision Statement

初创公司能否扭转乾坤？

幽商一默 Strategic Humor

专栏 COLUMN

消费者赚了，谁亏本？  
全球一体化中的竞争力  
“精益制造”离中国仍远

28

实战复盘 How I Did It

普拉达CEO：  
如何不被并购浪潮淹没

大趋势 TRENDS

全球品牌需要全球化的Apps  
PE冰川时代到来

大思路 Big Idea

大企业重启“车库”

36

