

R 商务思想源

林 格 / 著

SIXIANG NALILAI

思想哪里来

老板创新学专题

创新要瞄准市场，要用打飞靶的方法，充分考虑提前量才有可能中靶，否则很容易是一句空话。

2.3

经济日报出版社

从小老板迈向大老板的阶梯

思想哪里来

——老板创新学专题

林 格 著

经济日报出版社

封面设计:康笑宇工作室

版式设计:高翔

图书在版编目(CIP)数据

思想哪里来/林格著. —北京:经济日报出版社, 1999. 12

ISBN 7-80127-671-X

I. 思… II. 林… III. 企业管理—经营决策 IV. F272.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 76173 号

思想哪里来——老板创新学专题

作 者	林 格
责任编辑	雷 伟
责任校对	于 丽
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号 邮编 100054
总 经 销	全国新华书店
印 刷	北京市仰山印刷厂
规 格	850×1168 毫米 32 开
字 数	250 千字
版 次	2000 年 1 月第 1 版
印 次	2000 年 3 月第 2 次印刷
印 张	11.75 印张
印 数	10001—15000 册

ISBN7-80127-671-X/F·179

定价:21.60 元

版权所有 盗印必究

前 言

老板，就是 BOSS，一个漂亮而深刻的称呼。

它揭示了“企业家”这个词的真正涵义：“B”+“O”=两个“S”。这里“B”是指智慧，“O”是指目标，“S”是指秘密。

非凡的企业，必有非凡的作为；非凡的作为源于非凡的老板，非凡的老板靠的是非凡的智慧和远大的目标。

非凡的老板必须是一个思想家，这是底气的问题；非凡的老板还必须要有长久打算，有远程的目标，否则就很容易小富即安而沦为“小老板”，或者遇到暂时的挫折便一蹶不振。

许多迹象表明，二十一世纪是老板的世纪，也就是说，在新世纪里，唱主角的应当是专门从事商务的企业管理者。

主角的位置要求有主角的思想，而思想从哪里来？

《R 商务思想源》的建立正是从这个角度切入的，从老板内在修炼的需求出发，从根本意义上的方法论出发，从时代所赋予的使命出发，构建了系列思路和方案，为已经起步欲求更大发展的老板，或将要成为老板的年轻人，提供一个思想平台。

《思想哪里来——老板创新学讲稿》是其中一个专题。

创新是一个老命题,但却是我们经常温习并时时实践的新主张,从这个意义上说,创新这个命题是永远崭新的。

在市场游戏日益规则化的情况下,如果你今天的想法没有超过昨天,今天你就很容易被淘汰出局,无论你是二十出头,还是年近古稀。

但是,由于我们平时说的太多了,做的时候就不是那么认真了。况且从操作规程来说,创新需要艰苦的思维砥砺,需要机敏地掌握提前量。

正如海尔集团张瑞敏说:创新要瞄准市场,要用打飞靶的方法,充分考虑提前量才有可能中靶,否则很容易是一句空话。

为了避免落空你的思想,本专题铺垫了一个坚实的基础,用于检验你的创新活动和创新行为。

目 录

前 言	(1)
-----------	-----

基 础 篇

上帝的手段	(3)
-------------	-----

◇创新的核心是“新”，即用不同寻常的思考方法，想出新颖别致的点子，从而获得新奇独特的结果。

◇创新的本质是突破，即突破旧的思维定势，旧的常规戒律。

◇创新的基础是信息。

◇创造是创新的一种形式。

◇熊彼特的分类

创新为什么?	(8)
--------------	-----

◇创新几乎成为企业和企业家谋身立命、生存发展的不二法宝。

◇离开了创新，人类就失去了生存、发展的

天地。

◇对于刚刚迈入市场经济轨道的企业和企业家来说,比以往任何时候都更需要创新意识,更需要构建和完善内部的创新机制。

◇市场促使企业必须创新。

创新的具体形式 (19)

◇开发新产品,特别是开发出具有强大竞争力的高质量、高附加值、高科技含量的产品,是企业创新的中心工作。

◇企业要发展壮大当然离不开生产方式及工艺过程的引进。

◇市场营销活动,它同样离不开创新这个灵魂。

◇管理创新是企业生存、发展的基石。在市场经济的大潮中,企业航船的运行,既需要战略谋划、又需要扎实的管理。

◇创新活动的行为有一定的模式。

创新很容易是一句空话..... (37)

◇理想的经济利润是确定创新是否有效的标志之一。

◇充分体现时代的社会道德价值是创新是否成功的标志之二。

- ◇遵守法律规范是创新是否成功的标志之三。
- ◇是否蕴含科学性质是创新是否成功的标志之四。

思维篇

到哪里寻找动力 (51)

- ◇创新动力之一:情绪
- ◇创新动力之二:意志
- ◇创新动力之三:兴趣
- ◇创新动力之四:个性

思想是从哪里来的 (63)

- ◇重新找灵感。
- ◇掌握思考的方法论。
- ◇怎样生活才能成为思想家?

策略与成本之间 (94)

- ◇技术创新的策略。

- ◇管理创新策略。
- ◇创新的成本。

创新的具体办法 (116)

- ◇会议沟通法。
- ◇速冻解冻法。
- ◇分解组合法。
- ◇移植参合法
- ◇综摄法。
- ◇课题研究法。
- ◇模仿法。
- ◇类比法。
- ◇缺点列举法。
- ◇假想构成法。

附录：中国本土创新资源的源泉—《易经》的启示 (132)

修 炼 篇

你也是真的英雄 (139)

- ◇人人都有创新基因。

必须注意的死角 (147)

- ◇关于专利项目的投资。
 - ◇关于创新的“度”。
 - ◇关于内耗对创新的杀伤力。
 - ◇依法创新。
-

个人必备条件的锻造 (161)

◇养成对与自己行业相关信息的专注习惯,并确定自己以及企业的最佳才能区,将两者结合起来,进行的创新才有可能。

个人能力的自我培养 (174)

- ◇分析调研力。
 - ◇想象力。
 - ◇策划力。
-

机 遇 篇

寻找创新的机会 (187)

- ◇寻觅创新的机会。
- ◇从身边的事情寻找创新的机会。
- ◇体制转轨带来的创新机会。
- ◇社会观念转变带来的创新机会。
- ◇新知识的出现带来的创新机会。

抓住了,就别让它跑了…………… (205)

- ◇创新机会的分析及方法和手段。
- ◇有所为,有所不为。
- ◇领导潮流,舍我其谁。

深入挖掘员工的创新潜能 …………… (222)

- ◇创建优良的环境和机制。
- ◇整合团队的创新资源。

运 作 篇 (上)

打造创新的理念 …………… (243)

- ◇确立信息化管理、知识化管理观念。
- ◇企业家要确立知识是关键生产要素的观

念。

◇确立企业家经营管理的人性化观念。

◇企业家要了解企业资产无形化趋势,改变传统资产的狭隘观念。

文化创新 (250)

◇企业家文化建设的战略意义。

◇当前企业家文化创新的特点。

◇企业文化的影响因素和发展趋势。

企业的管理重组 (260)

◇企业管理创新其中一个重要的表现就是管理重组。

市场渗透创新 (267)

◇新的市场环境状况及对现代企业家市场营销的要求。

◇我国企业在市场营销中存在问题。

◇我国企业市场营销创新的对策。

文化营销创新 (276)

◇企业营销与文化因素的结合——文化营销。

◇阶段性与地域性——文化营销的两个主要特征。

◇中国企业文化营销中存在的问题及对策。

名牌创新 (285)

◇名牌创新的原因。

◇我国名牌创新中的不足和与国外相比存在的差距。

◇名牌创新的设想。

运 作 篇(下)

生产作业管理的创新 (299)

◇作业管理的企业观及其基本思想。

◇作业管理对传统企业家管理思维的重大变革。

精益管理 (308)

- ◇精益管理的兴起和发展。
- ◇精益管理的内涵及其运作。
- ◇推行精益管理模式,促进我国企业家创新。

淘汰战方略 (314)

- ◇淘汰战的特征分析。
- ◇淘汰战战略选择。

人力资源管理创新 (324)

- ◇突出文化整合。
- ◇突出虚拟配置。
- ◇突出环境营造。
- ◇突出立体开发和集成管理。

范 例 篇

范例一:脱胎换骨的企业创新 ——百施连锁百货转型的启示..... (331)

- ◇以市场为导向转移经营重心。

◇努力深化企业内部创新。

◇全面落实创新措施。

范例二:光华集团企业人事创新 … (340)

◇企业人事创新的前提:加强机制建设。

◇企业的人事工作重在追求创新。

范例三:海信集团的技术创新体系 …(345)

◇海信技术创新体系的核心——技术中心。

◇海信的技术创新体系。

◇对海信技术创新体系的微观分析。

后记 (359)

部分参考书目 (360)

基

础

篇

