

<<王石说>>

图书基本信息

书名：<<王石说>>

13位ISBN编号：9787308105972

10位ISBN编号：7308105970

出版时间：2013-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：王石,时代纪录

页数：222

字数：173000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<王石说>>

前言

2008年，万科的管理团队提议用纪录片的方式，反映我为系列环保主题奔走的过程，亦借机为2010年世博会的“万科馆”准备些展映素材。

于是，在接下来三年里，“时代纪录”这间深圳新锐纪录片机构的创办人洪海，跟着我上山下海，穿丛林进荒漠，足迹历遍南美的亚马孙森林、北欧的哥本哈根气候大会现场、中非的联合国环境署、珠穆朗玛之巅……一路奔走，艰辛自不待言，所见越多，内心却越来越不安和急切。

当你看到亚马孙森林的木材被大量砍伐，而全世界被伐木材中有一半流向了中国的建筑工地；当你看到全球的温室效应使众多古老冰川渐渐消退、《乞力马扎罗的雪》中的描述已成为传说；当你了解到中国北方荒漠化的扩张速度，看到成片的垃圾场包围着中国每一个大中城市，并酝酿着此起彼伏的市民群体事件；当你还发现西方的环保理念与实践已远远超越我们……此时，作为中国最大的住宅开发商的领导人，作为一个对这个国家从起步到复兴历历在目的企业家，面对这片经济发展后人文环境却满目疮痍的国土，究竟该怎样定义自己的人生使命，又该如何去重构企业的道德底线？

作为中国改革开放后的第一代企业家，我们感激于时代所赐予的命运；同时我们亦明白，当一个国家无法避免“先污染后治理”的发展路径宿命时，这一代企业家应该怎样才能让自己不辱于时代的使命。

我很欣慰，这是一份来源于第一现场、真实又直接的影像纪录，毫不回避地反映了自己在环保道路上所面临的困惑与矛盾、内心的焦虑与感念。

重观影片，是一个很好的自我审视的过程。

或许，通过这样的审视，才能部分回答自己的使命。

<<王石说>>

内容概要

1999年，王石辞去万科总经理一职，背上行囊，踏遍世界各大高峰，但是，王石对万科的精神引领，从未动摇过。

本书源于时代纪录对王石三年的贴身跟踪拍摄，从大量的跟拍记录中摘取最能体现王石对于万科、特别是对万科的未来思考的言论。

万科如何成为且做好行业领跑者？

地产企业如何保持“合理的利润”？

企业如何承担起社会责任？

本书从经营、制度、产业、利润、社会责任五个角度，为读者呈现王石独到而精辟的管理思想，读者也能从中一窥万科的未来方向。

作者简介

王石 万科企业股份有限公司董事会主席

时代纪录：中国最大的企业纪录影像内容提供者。

曾跟踪拍摄王石及万科集团三年，积累了7万分钟素材和五百万字文字资料，建立了中国第一个个人流媒体中心王石视博网站。

合作伙伴还包括华大基因，和记黄埔、华润集团等企业。

<<王石说>>

书籍目录

【经营：如何成为领跑者】

荒诞的标签
到了山顶都不知道
减法生存
金手指忍痛断臂
超越万科，危险！

做企业比登山难
把“六亲不认”发扬广大
坚定的实用主义者
撤销质量奖
不确定局势下的万科动作
有底线也要有天线
借危机转型
关于毒奶粉的思考
拒绝牛市心态
如何成为领跑者
有意与管理层疏离
“不会谈判”的董事长
试错的前提和成本
影响我人生的三次放弃
一不小心“垂帘听政”
野心与财富的悖论
我欣赏的企业家
进与退
单纯的企业家
我的管理哲学
一切刚刚开始

【制度：现代企业一定是制度化的】

简单而不粗糙的拿来主义
制度是个不讲权谋的铁腕硬汉
向日本学习，不成功都难
不培养接班人
真正的利润来自哪里？

专注的逻辑

你的部下不全是天使（与善打交道，用制度抑制恶）

【产业：坚持住宅产业化】

宏观调控政策是谁与谁的博弈
闯关宏观调控
老大哥摔了一跤之后
救还是不救，是一个滑稽的问题
净化地产商形象
一个地产商眼中中国目前的三大矛盾
圈钱始末

<<王石说>>

“黑心”房地产商是怎么“赚黑钱”
万科的竞争对手
碧桂园的商业模式
中国房地产业是否会步美国之后尘
中国模式能是否能拯救中国
刚性需求
再谈“拐点论”
【利润：万科的原则是，不暴利】
理智的利润
大个儿鸡肋
神奇的斐波拉契螺线
成本控制
区域扩展策略
“满意度”不满意
有规律的胃出血
可控和不可控
海盗计划和007计划
有条件的学雷锋
【社会责任：企业的一种新竞争力】
道德产品
从契合到主动
利己和利他
企业社会责任：是牺牲还是竞争力
星巴克策略
烟筒保卫战
亚马逊森林被砍与万科有关
引以为傲的绿帽子
穷人经济学
100个企业家，100个孵化器
39个可以改变世界的行为
“就等着你们呢！”
”

章节摘录

版权页：女士们在购物或者购物之后交流分享时都会涉及款式、质感，男士们购买电子产品或者汽车时也会查询和比较它们的性能。

质量在很多时候是消费者在决定是否购买某种商品时首要衡量的因素。

无论是汽车、服装，还是电子产品等，性能与质量都备受关注，但大家在讨论房产的时候，关注更多的是价格和地段。

假如你在北京买房子，经常性的对话是：“你们的房子多少钱一平方米？”

”“多大？”

”“在几环？”

”逐渐也会加上，“环境如何？”

”“绿化程度呢？”

”“物业管理怎么样？”

”而鲜有这样的提问：“你们的房子质量怎么样？”

”当然，这或许与产品本身的性质相关，再说大一点，与国情也相关，毕竟现在在中国，老百姓更多的是去考虑是否买得起房——这句是题外话。

但是，和环保的进程一样，住宅的质量，正在慢慢成为中国所有房地产商需要关注的问题。

近年来，国家建设管理机构也针对房地产产品质量问题采取了大量措施，比如禁止垫资施工及拖欠农民工工资、明确界定建设各方的质量责任、推行住宅质量保证保险等，对住宅产品质量的提升起到了一定的推动作用。

尤其是在建筑市场监管制度相对健全的地区，已经显现效果。

但是仍然有让人痛心疾首的事情发生，比较引起关注的是汶川地震后媒体对倒塌房舍调查所曝光的质量问题，还有就是上海的“楼脆脆”事件。

住宅这种特殊产品的质量，很多时候是在小概率的天灾等事件影响下才体现出来，而一旦有问题，必然是毁灭性的。

我在1995年曾经写过一篇文章，叫《质量是万科地产的生命线》，彼时，中国还处于福利分房的阶段，所以消费者并未将之作为最重要的参数去考虑，但是，在1997年，福利分房取消，房地产逐渐市场化，住宅的质量便慢慢为消费者所关注，质量问题也成为中国开发商获得高市场份额的一个关键要素，但还不是头等要素。

万科从1995年开始，从没有停下对质量的追逐脚步，“要做没有质量问题的房子”的“合金计划”、全面提升质量的“磐石计划”、建立高于国家质量标准的“珊瑚虫计划”……这些投入需要增加成本么？

答案是肯定的。

当质量与速度发生冲突时，质量第一；当质量与成本发生冲突时，质量第一，这是原则。

因为，任何忽略质量的行为都会加大企业的动作成本，更会造成对企业品牌的巨大负面影响，质量是企业长期稳定发展的重要推动力。

所以市场对我们的投入和努力给了极高的回报：万科已售住宅的返修数量降至国内目前施工条件的极限水平。

和很多企业一样，万科每年都有年会兼颁奖典礼。

我注意到，有个奖项是质量奖。

我参加2009年年会时最后发言说，能颁出质量奖是非常好的，因为这表示我们做到了注重质量。

但是我希望，三年之后就可以不再设置这个奖项了。

这是什么意思呢？

我们强调质量是我们的底线，这类似于大家都知道的“不行贿”是万科的底线一样。

什么是底线？

用郁亮（万科总经理）的话回答就是：“对万科来说，底线意味着坚定不移的信念、毋庸置疑的原则和毫不犹豫的选择。”

<<王石说>>

”我们从来没有设置一个叫做“不行贿”的奖项。

对于房地产行业来说，质量就是企业的命脉，是企业生命很自然的一部分。

我滑雪滑了10年，最近才感觉到我脚下那块板在我滑雪的时候好像就成了我身体的一部分。

所以我想，万科可以用三年的时间，让产品质量不用再被强调和鼓励，因为已经完全没有必要了，它已成为共识。

媒体关注与评论

我是一个很强势的人，从无到有打拼创立这个公司，无论在公司还是在社会上都有一定的影响力，从某种角度讲也有企业家的领袖魅力。

但是，你总有一天要离开，离开之后这个公司还会怎么样？

——王石 王石好象有着一种很深重的“病人情结”，他把万科当成了“病人”，它超速长大青春激荡，病疾不断常常莫名发作，因而必须时时警觉，日日维新；王石把房地产业当成了“病人”，它暴利惊人游戏诡异，充斥着令人迷失的金色陷阱，因而必须让欲望遏制，令心智清明；王石把他自己当成了“病人”，在没有约束、众星捧月中又有多少人能找到自我？

王石把这个时代也当成了“病人”，物欲横流，价值多元，到底什么是人们真正的渴望？

——吴晓波（财经作家、“蓝狮子”出版人） 这样一本书非常之特别，百分之百的真实、百分之百的原汁原味、百分之百有兴趣，你读着它不会辛苦，就像跟你聊天一样亲切。

这本书形成的过程无意中雕刻出来一个过往三十年里最真实的王石,让我看到了三个形象：一个是作为企业家、领导者的形象；一个是作为公益人士的更加宽广的思考者的形象；以及作为一个真实的男人淡定、睿智的形象。

企业家、公益男、淡定哥的混合，共同组成了王石的真实形象。

——冯仑（万通控股董事长）

<<王石说>>

编辑推荐

《王石说:我的成功是别人不再需要我》由王石所著，百分之百的真实、百分之百的原汁原味、百分之百有兴趣，你读着它不会辛苦，就像跟你聊天一样亲切。

《王石说:我的成功是别人不再需要我》形成的过程无意中雕刻出来一个过往三十年里最真实的王石，让我看到了三个形象：一个是作为企业家、领导者的形象；一个是作为公益人士的更加宽广的思考者的形象；以及作为一个真实的男人淡定、睿智的形象。

企业家、公益男、淡定哥的混合，共同组成了王石的真实形象。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>