

<<高端智慧>>

图书基本信息

书名：<<高端智慧>>

13位ISBN编号：9787506435628

10位ISBN编号：7506435624

出版时间：2005-10

出版时间：中国纺织出版社

作者：杨沛霆

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>

## 内容概要

有识之士都认为最重要的就是领导者思想影响力。而这种思想影响力集中表现在把握企业的发展方向与重大决策上，其中起保证作用的是把领导者的思想落到实处。

所谓落到实处，就是在确定前进方向之后，领导者还要把方向和目标下传，内化为干部、员工的追求，使之成为干部、员工的使命感与事业心。

另外，在进行任何重大决策的过程中，领导者还必须注意理顺干部、员工千变万化的价值观，否则就是事倍功半，或导致“上有决策下有对策”。

因此，如何在干部员工中塑造使命感与事业心，如何把重大决策的内容与干部员工的价值观整合在一起——这两件事，就成为了任何走向成功的企业眼下的最基础的日常工作。

我们就是要“以我为主，博彩众长，融会贯通，自成一家”。这是我国著名经济界老前辈袁宝华和国务院前总理朱镕基反复强调的一句话。此书的内容正是把国内外著名企业家们的思路 and 理念汇集到一起呈送给读者。

书籍目录

- 一 思想的光芒 1 潘石屹的“另类”哲学 2 韩颖：态度决定一切 3 屈云波回身看科龙 4 亚都为何胸无“大”志？  
5 段永平：守住本分！  
6 海星的管理辩证法 7 朱希铎的创业感言 8 王茁：在创业家与经理之间跳舞 9 施振荣的宏碁之道 10 惠普首脑的为“官”理念 11 海尔的高端智慧二 打破坚冰 12 红塔突围 13 华菱：享受危机 14 毕马威：安达信翻车“翻”出了什么？  
15 神龙：摆脱合资怪圈 16 春都之败又给我们上了一课 17 转型文化冲击波 18 重估创业模式：王志东、王峻涛、徐刚痛定思痛 19 魏新的另类人事手术 20 GE 医疗闯中国 不一样的入乡随俗 21 品牌整合：海王的难题 22 哈药变革：从营销到产权 23 走出去，学海尔还是格兰仕？  
三 追求卓越 24 化为为什么？  
25 远大：制度化生存 26 孙寅贵：经理人困境？  
不必担心！  
27 问玉柴，企业文化怎样落地？  
28 同仁堂医不自医 29 格兰仕的品牌管理到位了吗？  
30 杨绵绵笑谈公关难题 31 彩虹文化：细节的战略化 32 中兴通讯：技术后发者的胜利 33 欧莱雅的中国攻略 34 万科19年持续成长之谜 35 跨文化管理我们别无选择

## 章节摘录

书摘【潘石屹神游“禅道”】 在非常有争议但却卖得异常火爆的“现代城”样板间里，记者见到了提前几天预约的潘石屹。

一向特立独行、崇尚简约和艺术的潘石屹，果然如记者所料，黑色长裤、黑色衬衫、黑边眼镜，白晰的肤色中显示出一份文弱的气质，让人想到了www.panshiyi.com网站的黑白风格。

在采访过程中，记者发现他特别喜欢“反问”，将一个问题踢给你，先引起你的思考，然后他才强调他的观点。

采访潘石屹的时候，你必须有能力、有把握和他站在同一个层次去共同探讨问题，并感到交流的平等与尖锐。

“禅。

是自然，而非张扬” 《中外管理》：大家都知道您很喜欢谈“禅”，特别是您还出了一本非常禅意的“茶满了”的书，请问您理解的“禅”是一种什么境界，它和企业行为是矛盾的吗？可以用“禅商”命名您吗？潘石屹：我对“禅”了解得很浅，我实际是一个刚刚入门的人，称“禅商”有点过了。

我所接触的禅，更像新经济时代的网络精神，更注重的是平等、自然而然的東西，你有什么样的事你就说什么事，表达什么。

整个风格，无论是管理风格还是说话还是建房子都注重不要张扬。

如果是张扬，显示自己的力量、显示自己的聪明，就和“禅”背道而驰了，这是禅宗最重要的。

因为我们做房地产就和建筑结合得很紧，在西方文化中“禅”就成了一种风格、成为了一个重要流派。

人原来是建传统的建筑，到了工业时代，因为有了电梯、钢筋混凝土，所以就把房子建得非常夸张，显示出一种力量、一种权威，所以大家就比高的房子、比稀奇古怪的房子，但这是我们生活的本质吗？我们是不是就因为钢材的成本降下来了，可以作为建筑材料了，然后玻璃成本也降下来了(原来是做手饰和玻璃器皿的)，是不是就一定要利用它们来夸大房子？这就不是和谐的、自然的。

我们觉得有一种建筑风格特别能打动我们，我们希望能在这种建筑中找到柔和的、平和的东西。

其实我的理解是：禅是没有符号的，做的就是一种感悟，离人性近一些，可是我觉得一个不好的趋势，“禅”成了建筑和装修的一个符号，一旦把它当成一种品牌的话就脱离了“禅”的本质了。

“禅”是一个思想的东西，讲的都是一个小故事。

例如你扫地的时候，一个石子撞到墙上发出了声音，你一下开悟了，你就掌握了一个常人掌握不了的智慧。

对我来说影响非常大，可是你要把它做成一个标牌就跟塑一个菩萨一样，反而不是一个真实的東西了。

世界的本质都是一样的，只不过是有的从道家的角度去看，有的从佛家的角度去看，禅宗是用禅宗的观点去看，也可以用爱因斯坦的观点去看，“禅”它是非功能性的东西，你不要想着用它去做一个什么东西，这个是特别关键，不要把思想标牌化。

我觉得谈禅和企业行为并不是矛盾的，任何一种智慧对人类的任何一种行为都具有启示和教育意义。

“道，是平衡，而非消极” 《中外管理》：您多次谈到老子的《道德经》，甚至现在《道德经》成了你生活中的老三篇了。

那么，《道德经》对企业管理的魅力在哪？潘：作为一个中国企业家，特别是在全球经济一体化的进程中，我们最长项的东西是什么？我觉得就是儒家和道家的思想。

就像无为而治，从皇上专制一直到企业管理，它存在着，你能说它没有道理？这样的思想、这样的语言能没有能量？它一定会具有非常大的能量。

它是道家的经典，它整个强调的是自然、平衡。

讲的更多的是平衡，当然很多人认为这是个消极的东西，可是我不这么认为。

到现在为止，十年时间了，我不能说我完全读懂了，可是我觉得，这里的一大部分是来自于自然的规律，让我们遵循这自然规律。

## &lt;&lt;高端智慧&gt;&gt;

《中外管理》：您是怎么理解无为而治的呢？潘：“无为而治”是老子的一句话，也是道家的思想精髓。

首先，我说的是我对管理的“态度”是无为而治，并不是说在具体措施和制度上我们是无所作为的。“无为而治”是每一位管理者所追求的一种境界，这是结果不是过程。

【潘石屹“回归经营”】“盈利。

就是企业道德”《中外管理》：您觉得什么样的企业才是道德的？潘：我觉得一个企业在这个时代用世俗的标准来衡量，就是它为政府贡献了多少税？这是最主要的。

当然这过程中可能有一些人文精神，但是企业不是大学校，企业也不是政府。

比如上市公司亏损，它对股民意味着什么？对国家意味着什么？对银行意味着什么？对员工意味着什么？如果一个企业谈了一大堆空道理，利润是亏损的，这就是犯罪！这样的企业是应受到社会谴责的。

实际上，所有这些不盈利的、假盈利的都将受到经济规律的愚弄和惩罚。

有好多人都谈了一大堆的东西，企业就是亏损的，又是儒商了、又是禅商了、又是道商了，最后它就是亏损的。

如果是上市，股票会惩罚他；如果不上市。

企业就会慢慢萎缩。

只有你赚钱了，你才是道德的，你才能给投资者一个回报。

“末位淘汰。

培养了三种精神”《中外管理》：您公司所实施的末位淘汰制是否太严苛了？在1999年8月份4位销售总监和23位销售业务员“集体倒戈”，并召开新闻发布会声讨“末位淘汰制”，您仍然在坚持这种制度吗？潘：我认为我的制度没那么坏，那次的事件是一次恶性竞争、精心策划的结果，用十几万的补偿金挖走我们的销售人员，是道德与法律上的问题。

当然我们也反思了一下，又在销售副总监与销售业务员之间增加了一层，这使淘汰下来的销售副总监不至于落差很大。

我曾见到过TCL人力资源部的一篇文章，它给我们描绘了这样一幅画面：一群人向着远方出行，时快时慢，时疾时徐，他们和睦相处，相携与共，其乐融融。

可是后面突然有狮子追赶，而且铁定每过一段路就吃掉落在最后面的人——不管他是谁。

于是人群始终充满危机感，所有的人都不断挑战自己的潜能，没有停歇下来的时候——这是多么残酷无情啊！其实“末位淘汰”并非“末位死亡”而是末位离开。

有狮子追赶的人群必定是潜能得到极大开发的人群，尽管末位者不得不离开了，但他已经得到了鞭策和开发。

其实他们应该感谢我们的这个制度，没有这个制度，也产生不了这几个销售总监，也不会有人高薪挖走他们。

我们的“末位淘汰制”就是要培养人三种精神：协作精神、创新精神、危机精神。

中国的人才对制度和规范的心理承受能力也要加强一下，能较平和地从一个组织的角度去思考问题，而不要一味地感觉自己被淘汰了就失去了自身价值，甚至是做出了不理智的行为。

任何一种制度都不是完美的，记得哪位名家说过，追求完美的人成不了大事。

“做人，思考、服务、交流”《中外管理》：在企业管理中您认为哪些事对于您是最重要的？潘：第一是做人。

我从内心里喜欢禅宗，所以我较注重简单、坦诚、宽容。

第二是决策和思考。

我的决策几乎没有过失误，这常常缘于我的不断思考。

知难行易，行动太简单了，盖房子都是民工在盖，重要的是思考。

第三是服务。

我强调，房地产开发商不能把房子卖出去就完事了，更重要的是今后的服务。

所以，我用较多的时间去关注我的客户对我们产品的反应。

一个有生命力的公司、机构，不仅要看产品质量，而最缺的是服务意识与服务质量。

我们曾提出过“无理由退房”，有业界人士认为这违背了行业规则，但我们是真诚地希望通过此举，

从根本上解决服务意识与服务质量问题。

有时候，我们会服务到牺牲我们自己应有的公平待遇的程度，因为一个好的发展商有力量这样做。

作为一个面对市场的开发商，要首先学会面对投诉。

客户投诉对于一个聪明的商家而言，至少具备三种功能：一可以树立企业形象；二可以从中发现我们在管理中存在的误区；三可以发掘潜在的商业机会。

因此，我要求正确分析处理客户投诉，必须是每一位员工的必修课。

公司上下受我的影响，对来自客户的任何信息都抱有虔诚的态度。

第四是交流。

中华民族的精神的主流是勤劳、智慧、诚实，而不是纵横捭阖、投机钻营。

常常有人认为我善于炒作，甚至认为我已基本娱乐化了。

我的书、我与媒体的关系、我们制作的《客户通讯》，我都认为这是一种非常直接的交流，一个当代的企业家，如果不能在坚持自己的专业精神的前提下，学会与市场、员工、客户对话，就是对民众智慧的一种漠视。

我的产品是要创造市场和引导市场的，这使我必须要表达要交流要对话。

P.9-13

媒体关注与评论

书评给思想一片想象的天空，给行动一盏指路的明灯。

潘石屹：我的决策几乎没有失误，这常常缘于我的不断思考。

知难行易，行动太简单了，盖房子都是民工在盖，重要的是思考。

何鲁敏：企业的领导能够认识到什么程度，可能这个企业就会发展到什么程度。

施振荣：GO big or go home! 姜林奎：最动听的语言并不一定就是最有力的语言，最华丽的办法也不一定是最有用的办法。

适用的就是最好的。

任正非：十年来我天天思考的都是失败，对成功视而不见，也没有什么荣誉感、自豪感，而是危机感。

也正是这样才存活了这十年。

侯为贵：最好的战略就是做好眼前的事。

中兴不追求大，追求的是现金流第一，利润第二，规模第三。

首先要保持自己的健康，然后科学、规律、合理地成长。

王石：工作本身就是生活的一部分，我去登山、去攀岩，这些活动也是生活的一部分。

正因为有了这种生活，我才觉得工作有意义的，我才非常热爱我的工作。

### 编辑推荐

给思想一片想象的天空，给行动一盏指路的明灯，站在高端，汲取著名企业家的管理理念与战略抉择！

全书汇集了国内外著名企业家们的思路 and 理念，采用蜡烛、冰山、三角架、机场转机处、万花筒、桥等七个独特的比喻来说明管理的有效方法和应该注意的问题。

这七个隐喻既生动又有趣，潜移默化地点出了企业家成功的奥秘，提示用全局的眼光合理规划未来！



#### 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>