

<<开放性成长>>

图书基本信息

书名：<<开放性成长>>

13位ISBN编号：9787506030281

10位ISBN编号：7506030284

出版时间：2008-1

出版时间：东方出版社

作者：琳达·S·桑福德(Linda S. Sanford), (美)戴夫·泰勒

页数：199

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>

<<开放性成长>>

前言

对于一个企业而言，维持收入的持续增长是一个难题。如果让企业的增长率持续高于国民生产总值的增长率，这种概率不会超过1 / 10。当今市场正处于一股改革浪潮之中，所以，与其使用传统经济策略来应对市场竞争，不如顺其自然，优胜劣汰，留下最有生存能力的企业。

科技进步为艰难的商业环境增添了燃料和动力，使得供应商和消费者可以在全球范围内，在实时的环境中紧密联系，携手并进，共同讨论公司经营所需要的运作方式。

在这种经济体系中，存在着很多的大赢家，这些大赢家运用自己的业务和对外的合作关系，通过提高生产率、推动各种协作以及进行改革来创造各种新的机遇，从经济循环和商品化的过程中释放出各种变量，并最终创建一个增长循环。

下图是关于这里提到的增长循环的解释。

高效的生产率是推动快速增长的一种驱动力，它带来的益处是显而易见的。

几个世纪以来，高效的生产率所带来的财富刺激着经济的增长和工作的创新，并且提高了整个人类的生活质量。

对于企业而言，一方面，生产率能够激发竞争，提供激励和提升绩效，并通过在高增长性、新的商业领域内进行并购和投资，以获得维持长期持续增长的动力；另一方面，生产率也是影响股票增长的重要因素，是绩效考核的关键指标，生产率发展缓慢或者生产停滞表示企业必须承认是过低的利润率或者过高的产品价格让它们失去了竞争力。

新的科技和文化的进步提升了组织的生产率，生产率的提高让员工的工作时间变得更为自由，让不同的组织之间实现了更好的合作。

这种新颖的、深入的合作方式让组织可以建立动态的团队，并迸发出创新的火花以解决客户提出的问题。

21世纪的经济，核心价值是创新性。

企业需要评估各种重大的发现，开辟探索新途径以及新方法来应对变幻莫测的市场需求。

这不仅仅涉及科技(科技用来实现以上提到的各种观念)而且还涉及商业交易、开拓进取时的工作策略以及在世界上的重要地位。

企业通过自我革新来推动客户和自身的利益增长。

利益之所以能获得增长，是因为企业已经或者正在建立某种基于结构化的组件和技术平台，这个平台拥有快速性、灵活性和适应性三种特点，为企业提供了良好的应对不可预知、不可控制状况的能力。这些企业的领导者通常抓住各种机遇与客户、合作伙伴和供应商进行合作来建立自己的价值网络，并从它们的价值网络中挑选资源和整合组件。

这些企业关注于有利可图的增长，并通过所需求的技术来实现增长，这里提到的技术具有及时性，不受地点的限制并且能够迅速地被整合和推广，最终使增长不仅仅在技术上有效，而且在生产率水平上也有效。

这些企业拥有“开放性成长”的理念。

不管你的企业是否已经步入财富500强的行列，不管你是否正把企业进入这个名单作为前进的目标，这本书都可以称之为了一本优秀的关于商业转型的指导手册。

关于这本书的书名，我们并不是轻易选择的。

该书描述了我们未来商业的各种预想，也包括了我们的最好的实践经验。

同时，书中所描绘的也是关乎你自己未来事业发展的各种策略。

这本书以一些令人清醒的市场现实为开端，然后提供了一系列的原则来指引你适应这个新型的、具有可变性的市场环境。

从第三章开始到第八章，主要描述了新兴的商品化商业浪潮，阐明了在这种氛围下的人力资源管理、技术转变管理、行政管理等管理方法以及能够帮助企业在这一浪潮中获得成功的领导阶层的决策能力和特点。

第九章主要的焦点是在维持生产率、协作和改革三者之间平衡的前提下，以是否推动效率和增长两者

<<开放性成长>>

之间的一致发展为标准，合理解释了如何评估一个企业是否成功这一问题。

在本书的最后两章中，涉及产业的组件化，由于在这一过程中，有许多极具争论性的问题，因而这两章针对这些问题提供了一些执行实践中的具体细节。

第十一章指出在哪些情况下、出于什么原因以及怎样做才能够建立开放性成长的事业。

开放性成长模式不仅仅发生在未来，它也发生在当下！在书中，我们大量使用了个案研究，包括通用电气公司(GE)、易趣公司(eBay)、塔尔公司(TAL)、戴尔公司(Dell)、丰田汽车公司(Toyota)、西南航空公司(Southwest)、联合包裹公司(UPS)、联邦快递公司(Federal Express)以及国际商业机器公司(IBM)等，通过举例来说明开放性成长这一主题，并使大家从这些改革者们已经认识到和创造的理论中获得启示。

通过对这本书中所提到的法则的理解，你将从新的市场现实中获得洞察力，并且学会如何利用书中所收集到的策略来推动企业的持续发展。

<<开放性成长>>

内容概要

这本书以一些令人清醒的市场现实为开端，然后提供了一系列的原则来指引你适应这个新型的、具有可变性的市场环境。

从第三章开始到第八章，主要描述了新兴的商品化商业浪潮，阐明了在这种氛围下的人力资源管理、技术转变管理、行政管理等管理方法以及能够帮助企业在这一浪潮中获得成功的领导阶层的决策能力和特点。

第九章主要的焦点是在维持生产率、协作和改革三者之间平衡的前提下，以是否推动效率和增长两者之间的一致发展为标准，合理解释了如何评估一个企业是否成功这一问题。

在本书的最后两章中，涉及产业的组件化，由于在这一过程中，有许多极具争论性的问题，因而这两章针对这些问题提供了一些执行实践中的具体细节。

第十一章指出在哪些情况下、出于什么原因以及怎样做才能够建立开放性成长的事业。

<<开放性成长>>

作者简介

琳达·S·桑福德，IBM公司高级副总裁，主要负责该公司核心商业过程的转换，创建了支持转换过程的平台以及相关的企业文化，从而让人们清晰地认识到这种转换为IBM所带来的价值。

琳达作为IBM公司职位级别最高女性的同时，还是技术国际名人堂和工程师协会的成员，并且是美国国家科学院院士。

她被《财富》杂志评为在商业领域中前50位最具影响力的女性之一，被《信息周刊》评为科技产业的十大创新者之一，被《职业女性》杂志评为科技领域中十个最具影响力的女性之一。

<<开放性成长>>

书籍目录

序言致谢词第一章 获得增长的是利润，而不仅仅是收入 摘要 组件一词第二章 商品化市场的界定 摘要 商业生态系统的影响 商业生态系统的反馈 组件化推动商品化 商品化的天堂和地狱 一般性反应：加强管制 替代的方法：开放性成长 商业平台 商品化是敌人还是机遇 作为成长引擎的商业平台 打造成功的平台 如果所有的仅仅是组件，那你还剩下什么 在组件经济中的新型服务供应商第三章 所有的一切都涉及组件 摘要 重新定义商业组件 一种向可互换商业组件转变的产业 利丰：持续发展的组件化商业 为什么要进行组件化 有标准化交互界面的组件第四章 创建商业组件 摘要 福特保修审批程序 通用电气公司的组件化过程 宝洁公司的组件化 商业组件化 转向标准化的电子交互界面 获得合适的组件 限定组件 约束组件 捆绑组件 运输不是一件杂事 另外一半的故事 制药产业的组件化 结论：执行议程第五章 以端对端地方式整合商业组件 摘要 从组件到平台 西迈克斯：经由平台从国内运营商到全球的引导者 平台上的竞争：丰田公司与业内其他公司 从平台到价值网络 为了释放平台功能，端对端地整合你的组件 联合包裹公司：在其他的价值上创造新的能力 价值网络提供选择 产业分解——不是“如果”而是“谁会获胜” 汽车产业：解体以及价值网络的形成 重组和价值网络 易趣：把平台作为一种商业第六章 扩展你的成长空间 摘要 企业的增长引擎在哪里 释放：从控制转移到协调 超值服务，笑到最后 通过合作创建市场 联邦快递和联合包裹公司 第一资讯 易趣公司 大构想 让客户和合作伙伴进行创新 成长的选择和机遇第七章 改变你的成本结构 摘要 平台解决方案：改变成本结构 通过组件化直接削减成本 固定成本业务的变革形式 为什么要在可以避免的情况下转变成本 把组件当作杠杆，尽管它们并不属于你 固定成本负担 寻找固定成本和可变成本之间的平衡点第八章 从愿景到结果：领导的议程 摘要 领导力是什么 推进正确的领导力 通过分享价值把愿景清晰化 通过协作来执行 正在行动中的领导力 通用电气公司 宝洁公司 亚马逊公司第九章 实现可量化的生产率增长 摘要 生产率的量化 测量合适的影响因素，以推动增长 生产率是一种增长策略 改变生产率的量化，就会改造整个企业 创新领域中的生产率 提高生产率的方法 优化劳动力 获得生产率第十章 组件商业模型的实际应用 摘要 组件化 建造卓越中心 把卓越中心转化为组件 组件化的其他规则 科技 协调科技 协调企业科技 横向整合对纵向整合 重申：治理与组件化 先发优势 组件化的一种模板方法第十一章 赢得协作优势：为创意经济建立创意企业 创意经济结尾注解

<<开放性成长>>

章节摘录

第一章 获得增长的是利润，而不仅仅是收入 放松管制，经济全球化和基于互联网的技术三个影响因素正推进商品化在各个行业的发展。

我们选择这个题目的原因，正是因为我们相信要得到有益的增长，必须把自身从传统的调控机制中解放出来，并且解放以一般性的价值链为代表的组织惯例。

或者，你需要通过建立和参与价值网络来开展自己的事业，并创建一个全新的商业生态系统。

在这里，价值是由许多企业的自我调控能力所共同建立的。

价值网络有别于价值链，价值链依赖于一个企业自身所拥有的组织以及该企业与供应商之间所商定的，并且有严格控制的合同。

而价值网络是在释放以下四个主要方面和前提条件下，企业与企业之间的动态连接： 1.从企业内部和企业外部两个方面出发，开发企业的资源和协调能力，利用动态过程而不是简单的交易。

2.即使在“核心”业务领域也能够获得专业服务。

3.在研究、设计、制造和客户服务几个方面创造新的协作。

4.促使客户、供应商和商业合作伙伴进行创新，让它们的成长推动企业自身的成长，反之亦然。

释放的意义遵循以下的管理原则： 商业组件化——商业组件可以重复、交替地建立一系列职能、程序和服务板块，这些是通过企业的标准化“界面”来实现的。

组件可以是一种服务或者是一种外部资源，可以在供应链管理、消费者服务以及类似的领域里创造新的商业结构。

以端到端的方式整合组件——将适合的组件聚集起来，形成一种商业平台，便可以把商品化从一种消耗型的问题转换为一种成长型的机遇。

在这一平台上，企业能够让各种商业组件在自己的价值网络中同步运行。

例如，管理供应链的领导者，可以越来越接近实时性和零库存以及整合客户所需求的服务等目标。

企业整合各种程序的方法，将生产时间减少到最短，将生产损耗减少到最小，将企业一般管理费用减少到最少。

而对于其他的竞争者而言，他们只是在分段的基础上，逐次、逐个地进行各种程序的处理。

通过合作来扩张成长空间——组件化企业可以以不同的方式运行相同的组件，并使自己的平台成为众多价值网络中不可分割的一部分。

联邦快递、联合包裹、亚马逊公司（Amazon）是如何成为大型企业的呢？它们通过新的客户和合作伙伴，在结构化的平台上建立新的服务来扩充自己的价值网络，并使自己的平台触及各种各样的生产领域和不同的国家。

最终结果是使得每个企业都成为一个庞大的商业生态系统中不可分割的组成部分，每一个新的价值网络关系，都会为企业开拓出一种新的成长机遇。

联合包裹和联邦快递公司的成长建立在各自客户成长基础之上。

因为这两个企业愿意分享和合作，而不愿意囤积和撤回。

解放成本结构——价值网络帮助企业平衡固定成本和可变成本之间的关系。

伴随固定成本而来的是所有成本投资的风险和筹建所需要花费的时间。

然而可变成本是为需求的变化服务，根据什么地点、什么时间来进行改变，伴随可变成本而来的是较低的利润和较低风险。

组件平台化企业拥有成本选择权，可以改变自身整体财务状况及业务增长情况；固定资产不再是企业规模和业务经营的推动力，收支平衡也显得与众不同，收入远远少于固定资产的原始价值，且拥有更少的周转资金。

现在，只要是以需要为前提，企业便可以具备各种能力，包括科研、生产、分销，甚至开发新产品。这些企业的能力根据需求的变化而改变，为价值网络关系构建资产负债表中的“资产”，并转换其资本效率和业务敏捷性。

为了得到创新和增长，企业应该合理分配各种资源。

毕竟，人们更愿意拥有自由的选择权，因此，企业把所有的精力都集中于那些重要的目标上，可以拨

<<开放性成长>>

出更多宝贵的资源以满足于增长的需要，而不是在竞争日益激烈的商业生态系统中浪费资源。凭借构建企业的各个组件及开放性成长的理念，你的企业就可以实现创新和增长。

培养具有创新精神的领导阶层——公布企业必要的变革，从价值链到价值网络，从商业功能到商业组件。

领导者们认为，对企业整体而言，不断变化的市场是一种促进创新和实现改造的机遇。

各种组织部门要跳出传统的价值链，打破其已有组织和文化的模式，领导者们必须明确在组件化、权力分散、适度集权以及价值网络的整合过程中所需求的是什么。

换句话说，领导必须详细定义组织结构并且贯彻执行能够为企业带来增长的企业文化。

推动生产力——在所有的企业中，都有一个战略重点，不是增长效率或者降低风险，而是发展生产力。

生产力是工业时代的产物，但是很多工业时代的企业很快便从基于资产的商业发展转变为基于人的商业发展。

因为这一原因，我们对生产力的定义也需要发展。

仅仅单独地侧重于收入或成本，对于一个企业来说都是有害的。

把侧重点放在推动两者之间的平衡——如何利用自己的成本获得最大化的收入，是我们对生产力的定义。

如果让你在不增加自己的成本的基础上，做出显著增长，你会怎么办？在这种情况下，为什么你没有想到在降低成本的同时创造更多的利润呢？

组件化的商业平台允许进行平行和重点投资，能够同时处理以上提到的两种情况。

恰当的组合——通过管理和政策来进行区分和整合，可以确保企业平台和资源全部到位。

我们开始的前提是商品化是一种现实现象，可能并不普遍存在于你今天所处的领域内，但是尽管现在没有，将来也会很快出现。

运作良好的企业永远在寻找资源以进行发展和创新，但又需要把商品化作为其增长能力的一个组成部分，而不是试图忽略或放弃商品化。

在很多情况下，价值网络的发展和创新的可以把商品转化为持续的竞争优势；这一信息来自于已经在业内处于垄断地位达10年之久的沃尔玛（Wal-Mart）和美国西南航空公司，在这些企业中，除了如何把各种增长恰当地组合起来之外，所有的事物还都必须具有商品属性。

开放性成长出现在现代商业史上零增长时期的最后阶段。

在经过多年的成本减缩、价格侵蚀以及咄咄逼人的新的全球竞争挑战之后，企业可以进行重组，再度获得有益的增长。

其实，达到这一目标并不容易，因为这种增长至今还没有出现过。

不论企业的规模大小、产业发展状况怎样、所处的地位如何，能够持续保持高于整体经济增长速度的概率不到10%。

1955~1995年期间，位列财富500强名单的172个企业中，只有5%的企业达到让自身的收入增长高于总体通货膨胀率的水平。

1854个企业样本中，只有13%的企业在10年期间维持了持续的增长。

1962~1988年期间，1008个企业里只有16%的企业存活下来。

1917年公布的原福布斯100强名单中，68家企业仅有1例（通用电气公司）超过标准普尔500的平均利润。

1997~2002年期间，30家构成道琼斯指数企业的收入和利润总额的增长不到5%，税后利润增长仅为0.5%，在前5名中（包括沃尔玛、微软（Microsoft）、默克（Merck））都在面临收入减少的难题，其他的25家企业年增长率为2.3%，总收益率增长了1.6%，基本上只达到了通货膨胀的比率。

现在企业的平均寿命较之30年代而言，是当时的1/3；土般来说，在北美和欧洲，很多大企业在20年内就衰落了。

获得日益增长的利润，而不仅仅是收入，这是企业现在所面临的挑战。

需要每个企业运用其不同的组件，在市场上为自己确定价值主张。

使组件自由化已经变成一种标准化和商品化的过程，越来越多的企业聚焦于如何区分、如何整合这两

<<开放性成长>>

个过程，并最终获得价值。

组件一词 经济和竞争的压力推动着组件化的进程；使用标准化的界面来为产品和商业能力服务，已经变成协调有效业务和企业之间合作的一种需求。

关于组件化带来的影响，可以用一个例子来说明：通用串行总线（称USB接口）的标准化使得数码相机、扫描仪、个人电脑、打印机、掌上电脑、移动硬盘和很多其他的电子设备得以相互连接。

USB接口可以帮助数码相机便捷地连接到打印机和个人电脑上，因此开创了大量的市场。

这种“开放”标准——反对专有标准为主的信息技术和消费电子领域——使照相机成为一种组件并把它推向商品化的竞争中。

相反的，打印机通过USB接口与数码相机相连，但所使用的碳粉并不是一个标准化的，而是一个专有化（非常有利可图）的产品。

这种产品势必会发生变化。

组件化可以合理安排各种程序，并推动价值网络的增长。

在日常生活中有另外一个例子——手机。

早期的手机产品通过拥有丰富技术的企业，例如摩托罗拉、爱立信和诺基亚等企业来生产制造。

而现在的手机产品则是由一系列组件组装而成。

如果这些组件都是相同的，那么为什么我们不建立一个共同的平台？这样，产品可以外包给很多家企业，可以充分发挥规模经济和专业化的作用。

这也是现在正在发生着的事实。

正因为标准化的接口，超过60%的手机被外包给电子制造服务行业的企业，也因此而改变了这一行业的核心动力。

例如诺基亚公司，曾经在制造业内参与竞争，而现在却开始在设计业内参与竞争，其中设计也包括打造各种组件的蓝图。

如果没有清晰的界限和定义分明的界面，一种加工程序、一种活动，或者一种商业功能并不能被称为一个组件。

根据美国制造商业协会的规定，只有10%的大型制造业企业可以处理电子订单；在各种加工程序和价值网络中的运营商之间没有“清晰”的处理界面来提供一种“恰当”的连接。

医疗报销行业就是一个极端的例子，因为在该行业内存在业务和行政的混乱，没有标准的界面来处理各种各样不同的文件、规范和计划。

当企业觉察到功能组件在市场价值中的作用，并把它们纳入到企业基础领域时，组件就变得更为紧俏了，否则，组件仅仅只是一种商品。

供应链领导者越来越倾向于不断挖掘更多的组件供应商，因为这样可以使时间变得更加紧凑、节约更多的成本和实现更严格的质量制约。

供应商的后勤协调能力，体现在组建商品的基本部件上。

这就是为什么联邦快递和联合包裹公司不再只做包裹运输，而是提供各种组件，并针对客户需求来进行服务，它们的组织具有灵活性，可以帮助客户建立精益求精的供应链。

尽管看上去包裹只是包裹，但联邦快递和联合包裹正因为把包裹两家企业运输组件与客户服务、供应链管理、库存管理以及电子商务运作有机地连接起来，才获得了成长。

组件通过各种实践应用和合作关系实现自身的价值。

挖掘组件的潜力，需要一个同步部署和相互依赖的平台。

商业增长的领导者为这一平台进行了细分。

亚马逊网站最令人惊讶的是到底用了多少方法和多少客户及合作伙伴才扩展成今天这样一个网上购物中心。

亚马逊网站的在线基础设施为玩具反斗城（TOYS“R”US）公司提供了一个强有力的在线展示能力——在展示商品的同时接受和完成订单，而玩具反斗城公司则只负责挑选玩具和进行库存管理。

亚马逊基础设施为在线能力做出明确界定——在线服务不承担建设、经营和评估的工作，亚马逊网站是一个可以直接从自己的实践中心进行网上订购的电子商务网站，或者可以通过预定一份名册，从距离最近的店面挑选所需要的产品。

<<开放性成长>>

亚马逊网站是一个基于创新的商业平台，为许多寻求甩掉多余存货的零售商提供了更多的销售机会。针对35 000个个体程序员来说亚马逊网站同时也是一个免费的软件平台。

通过“第三方”交易——价值网络的链接，亚马逊所获得的资金总额接近总收入的1/4，远远高于其利润。

这些交易产生了几乎和亚马逊核心商业（比如书籍、影像、CD销售）同等的收入。

从一开始，亚马逊网站领导人就很清楚地声明，建立这一平台的一个目标就是想让亚马逊网站无处不在。

1995~2002年期间，亚马逊网站一共花费了800万美元来建立这一平台，并已经开始有了收益。

只花费了仅仅几个月的时间来添加新的价值网络组件，例如在网站中增加了数千家特别的商店，这些商店销售高品质的珠宝或美食。

组件化最终给有些客户带来的是商品的天堂，而对于很多企业而言，则是商品的地狱。

标准化的界面将制造业、服务业和生产过程分割为不同的组件，这些组件在市场上可以进行买卖、整合和聚集。

当这些程序主要应用于商品生产领域时，对于大企业的竞争地位实际上并没有什么影响。

现在，组件化的进程已经上升到知识和技术的环节，并研究其在医药行业、信息技术开发和运作行业、工程设计行业以及行政管理中的应用。

在汽车、电脑硬件、存储器、服务器和打印机等制造业务方面，标准化生产平台已成为主导力量，现在已经几乎完全实现了组件化。

一些商业生态系统具有竞争力。

例如，消费类电子产品，因为在该产业中产品的零件被组件化，组件化的过程是通过利用价值网络中电子制造服务商来进行的。

其他如电信行业，也把电话业务视为一种组件，可以通过发放预付电话卡或国际互联网免费的“端对端”的服务——例如SKYPE软件，在任何一个标准的网络下完成服务；在零售业，沃尔玛和其他的供应商主要通过供应链来强制进行组件化和界面的标准化。

亚马逊网站已经为珠宝商提供了标准化的界面，使这个以前高戒备、高标准的专业化特殊行业转变为一种零售业。

在这里，珠宝买卖的产品目录和客户服务平台都成为另一种组件。

在制造业领域，亚洲已经成为组件供应商的发源地，在五年内，制造业的价格下降到世界第五名。

在客户交付链之外进行组件化时，需要花费时间拓展市场和制造、销售以及服务领域，需要花费资金应对各个部门的管理工作、人力资源、库存等一系列的开销。

但是，这只针对于数量相对较少的企业而言，这些企业的经验是我们书中所提到的各种经验的基础。

对这些创造了一种商务平台以协调各种组件，并在其内部和外部同时进行部署的企业而言，最好的消息就是，创建一种很重要的优势，超越其他竞争对手的关键性财务指标如，企业的一般管理费用、资金周转率以及特定利润率。

正在进行组件化的企业，同样也能够使用关键性的程序来减少工作时间：需要一周时间完成的工作量现在只需要一天来完成；需要多天完成的程序现在只需要几个小时；需要几年完成的最关键的核心内容现在只需要几个月就能完成。

这就为设计、创新、参与全球性竞争、回应客户需求等方面提供了持续增长的优势。

1980~2003年，供应链的组件化和整合化带来了有利影响，美国国内生产总值与物流下调密切联系在一起，从16.2%降至8.7%。

<<开放性成长>>

媒体关注与评论

在未来的10年里，大型企业都将会遭遇各种各样痛苦的新商业挑战——商品化正处于这些挑战名单的榜首。

本书阐述了关键性的创新改革、标准化和经济全球化战略等方面的策略，企业可以运用这些策略来克服各种障碍，并在未来的数年中蓬勃发展。

——费雷斯特市场研究公司首席执行官乔治·F·考努利 面对残酷的全球化竞争压力，对于企业的首席执行官或总经理来说，这是一本非常重要的书籍。

在很多商业领域，商品化正在降低利润率，而这本书描述的就是一种回避这种现象的策略，让你可以从一个商业领导者的角度来思考最佳的处理方式。

这本书不仅仅反映了IBM的思想，同样地反映了其他企业的思想。

从戴尔、联邦快递到沃尔玛，都在努力地成长，以期在激烈的市场竞争中最终获胜。

阅读这本书后，你收获的不仅仅是理论，而且你对现实世界的洞察力也会得到提升。

——《执行长杂志》总编辑威廉·I·荷斯坦

<<开放性成长>>

编辑推荐

不管你的企业是否已经步入财富500强的行列，不管你是否正把企业进入这个名单作为前进的目标，这本书都可以称之为了一本优秀的关于商业转型的指导手册。

《开放性成长-商业大趋势：从价值链到价值网络》描述了作者对未来商业的各种预想，也包括了作者最好的实践经验。

同时，书中所描绘的也是关乎你自己未来事业发展的各种策略。

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>