

呼唤企业家的“亮剑”精神 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E5_91_BC_E5_94_A4_E4_BC_81_E4_c41_65392.htm 中国的商界就像江湖，充满恩怨情仇，各门派始终处在一个微妙的关系之中。敌人和朋友之间的关系可以随时转换。“不来的也是朋友，来的都是英雄”，当国美驾临苏宁主场南京，大多数家电厂家却“不敢”来捧场，国美不得不尴尬说道，家电连锁的竞争已残酷到“美(国美)苏(苏宁)对峙”；而联想遭遇戴尔“邮件门”暗算，在玩过“口水战”后，也在年底玩了把“釜底抽薪”，挖得戴尔公司前高级副总裁担任其CEO，显然这对生死冤家已进入肉搏战；就像“玉米”与“笔杆”的誓不两立，在市场亮剑中，我们看尽了众多企业的“汉贼不两立”。如同李宇春们只有在经历一轮轮PK、KO后，才能成为大众偶像一样，企业也需经受层层竞争才能脱颖而出，成为行业的王者。五谷道场敢于亮剑方便面群雄才有了今天非油炸方便面的片天地；在外资品牌横行汽车江湖的时代，奇瑞敢于亮剑才有了今天奇瑞QQ跑在大街小巷的身影；神舟敢于亮剑联想，才有了今天PC江湖三分天下有其一的市场格局；江中健胃消食片敢于亮剑吗丁啉，才有了今天多于吗丁啉的市场销量；奇强敢于亮剑宝洁，才有了今天宝洁在中国洗涤市场上的失败；百度敢于亮剑Google，才成了今天中文搜索引擎的江湖老大。这是一个江山更迭的时代，这是一个新人辈出的时代。有一个人，他缔造了美国的中产阶级，引领美国社会从农业化走向了工业化。由于他的成就和牵引，使美国城乡人口比例从他出生时的1：4，转变成了他去世时的4：1。

他就是亨利#8226.德鲁克评价亨利#8226.斯隆和他领导下的通用汽车。与福特强调大生产的效率而制造单一款型汽车不同，斯隆主张“提供满足不同钱袋不同需求的汽车”，以顾客需求为先导组织企业和运营，结果在1930年代逐渐胜出了福特，造就了40年代全球第一大公司。很难说福特和斯隆谁更伟大，他们都是最杰出的企业家，代表着不同的时代。亨利#8226.斯隆秉持顾客导向，是第二代企业家的代表，他们的崛起很快让第一代企业家和企业显得过时。生产导向的企业若不能及时实现转型，将沦为把握了顾客需求企业的代工。这种一代江山一代人的更迭，如今正在后发的中国商业界频繁进行。面向未来，我们认为中国现在流行的一个词可以描述即将出现的商业主流，那就是“亮剑”。中国的各行各业需要引进和丰富竞争，企业就是在不断的商战亮剑中成长和形成竞争力。中国的企业家，急需从一个追求运营效益的管理者，转型为竞争导向的战略家，引领企业在顾客心智中展开有效的品牌之战，冲出重围。这是全球化竞争时代的商业之道。时代呼唤企业家的亮剑精神。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com