

《打通》

图书基本信息

书名：《打通》

13位ISBN编号：9787111509250

出版时间：2015-8-1

作者：何伊凡

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《打通》

内容概要

对企业和组织来说向互联网+转型已经不是对与错、该不该的问题，而是如何把互联网+的思考转化为企业和组织的有效行动的问题？全国第一的财经媒体《中国企业家》总编辑，历时3年调研80余个转型中的传统企业和快速成长的互联网企业，与超过100位企业和高管深入探讨，形成50万字的研究文章，在此基础上从市场、战略和组织维度总结了七大转型要素，助你打通互联网+转型的任督二脉。本书包含的企业家思想、成功实践方法、转型实操案例紧紧相扣，从顶层战略设计、企业组织重构、产品思维 and 用户思维等不同角度，深入浅出的为你揭示互联网+转型的全貌。

作者简介

何伊凡 《中国企业家》杂志执行总编，商业变革观察者，每年访谈超过80位全球杰出商业领袖，专注科技领域的创新与传统大公司转型课题，财经特写文章超过80余万字，所创作的文章被众多企业家和经理人认为是代表了行业观察者和案例研究写作的最高水平。

书籍目录

- 推荐序一 向互联网2.0转型，如何做才是关键 陈春花
- 推荐序二 站在时代大幕开启的时刻 何振红
- 前言 “打通”才是这段商业史的主旋律
- 第一篇 传统企业向互联网+转型的市场要素
- 第1章 产品与用户
 - 1.1 用户赋权
 - 1.2 公司赋牌与产品赋情
 - 1.3 仅靠互联网思维无法煮咖啡
 - 1.4 让每一个员工对用户负责
- 第二篇 传统企业向互联网+转型的战略要素
- 第2章 数据与连接
 - 2.1 唤醒沉睡的数据
 - 2.2 从流程驱动到数据驱动
 - 2.3 大数据基础上的连接一切
- 第3章 开放与封闭
 - 3.1 流量天雨时代
 - 3.2 从物理反应到化学反应
 - 3.3 天雷如何勾地火
 - 3.4 开放的尺度
- 第4章 增量与存量
 - 4.1 利益重构
 - 4.2 最后一公里
 - 4.3 存量升级
 - 4.4 从产品到平台到生态
- 第三篇 传统企业向互联网+转型的组织要素
- 第5章 组织与个体
 - 5.1 无中生有之术
 - 5.2 管控模式变形
 - 5.3 以集团数字化替代部门电商化
 - 5.4 把同事变为合伙人
- 第6章 领袖与团队
 - 6.1 收放艺术
 - 6.2 培育特种部队
 - 6.3 O2O化人才
 - 6.4 雇用大脑而非雇用双手
- 第7章 基因与进化
 - 7.1 唯变者生
 - 7.2 重新认识执行力
 - 7.3 刚则易折
 - 7.4 从斯巴达到希腊有多远
- 第四篇 值得大公司学习的三家“中公司”
- 第8章 红领打破流水线与定制化之墙
 - 8.1 无人祝福的起步
 - 8.2 从机器工厂到数据工厂
 - 8.3 改造流水线
 - 8.4 C2M模式
- 第9章 荣昌彻底归零再重生

9.1 离用户更近一点

9.2 从产品思维看洗衣业

9.3 培育“洗衣粉”

9.4 寻找外力“加持”

9.5 归零道与术

第10章 星创视界布局OxO

10.1 完美风暴

10.2 三步进化论

10.3 全接触点战略

10.4 热环境营销

10.5 面向未来的IT架构与组织架构

10.6 克服地心引力

10.7 重新定义产业

后 记

《打通》

精彩短评

- 1、2017年再看这本书，感觉一般，基本是转述，不过这个时代要想写点自己独特的见地确实也难。
- 2、business真的需要深挖不能够停留在表面
- 3、案例蛮有意思的，深入浅出，入门级商业教学材料。
- 4、o2o企业转型，新时代要重新梳理各商业环节，打通顾客渠道与企业的关系才能生存

1、用2个多星期读了《打通》，本以为又是一部阐述互联网+的概念和方法的宏观大论，随着阅读的深入，感叹作者的悟实与悟“虚”的功力，作为一名资深记者执着审视传统企业转型过程中的实践，给读者亦或是有心人或者正在转型路上的前行者一些启发和指引，我觉得这才是《打通》出版面世真正意义所在，在转型途中的人最迫切的需要时开悟和指引，空洞的说教和概念化的论证容易误人害人，《打通》作为传统企业转型的风险管控手册，同时也为互联网企业的经营提出可供借鉴的方向；成功的、正在走向成功的企业家和企业，在天时、地利、人和时出手创业或者转型的第N次创业，作为个人的精神特质重几乎都有英雄主义情怀，特别重要的是要有理性的英雄主义情怀。《打通》给我的启示：从社会发展、时代进步的大格局下企业转型大势所趋不可逆转，如何转型才能成功有其内在规律，这方面再各章节叙述过程中，作者穿插描述，很是让人心动；9月13日，中共中央、国务院对外公布《关于深化国有企业改革的指导意见》，就是大型国企的改革或转型在战略、政策、宏观制度层面的顶层设计方案，要求及时间表都是刚性的，这就是趋势；改革开始之时，即时市场竞争加剧之日；以国企为代表的传统企业的转型发令枪生响起，起跑快、转型到位的必然抢占有限的市场，在此背景下，《打通》出版恰逢其时，从大格局着眼，如何从企业自身的优势条件、市场地位等做实做强做优，特别是曾经辉煌的国企，归零后面向未来才有生机的辩证叙述，让我们看到这样的真实场景---没有永远的优势，只有顺应时代的逻辑、市场的逻辑、人性的逻辑实现转型，国企才有明天，才能够获得市场的主体地位。国企转型的大幕已悄然拉开，赋予企业家精神的国企掌门人应运而生，攘外有建树必须先修内，这是绕不去的坎；他们在习惯于传统管理模式和习惯的外部、内部环境中，硬生生的脱颖而出，用他们掌控的资源和权力，既要维护现有体系运转，还要推动转型；既要清醒认识到现有模式的弊端，还要明晰转型的路径与方向；既要勇于割舍自己的既得利益，还要让团队主要成员（班子成员）自愿舍掉一部分既得利益；这在《打通》中归到“转型的组织要素”中；国企的掌门人转化为改革的引领者和推动者需要英雄主义情怀，不仅要有为国家、民族、企业兴旺发达的感性冲动，更要有审时度势的理性坚守。正经历的转型的两个类型，让我有了上述的感慨：一种是大范围强力推进企业管理、考核的变革，这是在原有的模式中进行突变，将不承担生产任务的部分人员的生产绩效奖励取消，加大承担生产任务抗指标的部分人员的生产绩效奖励，这不仅在班子成员中通不过，感觉变化太大，在取消既得利益群体中引起反弹，慢慢的回到原来的大平均分配状态，终因企业无法承受的奖励金额，不得不取消这部分奖励；推动者的工作受阻，上调到它处任职。另一种是选择生产管理1个专业的1小部分，既有从顶层-中层-底层的贯通联动，又有平行管理的关联，有很强的独立性；做管理转型的尝试在不与企业整体经营和运转冲突、不牵连班子成员和全体员工的既得利益；由于仅涉及到几十个员工，用很少的资源就可以推动转型；人员少达成共识的成本也少，出现问题能够及时发现和解决；这样的转型样本容易取得成效，成功了具有多层次的示范效应，转型的成本小溢出效益大，让班子成员和全体员工看到转型的实效，起到小转型推动整体变革，领导者对推动转型充满自信，也让更高层次的决策者增强改革信心和信念。表面上是慢了，实则扎实稳健，降低转型及推动者的风险。以上两种类型都是转型操作时可选则的，前者是在国企转型形成趋势、顶层战略目标明确、有刚性时间进度要求的宏观环境下，班子成员将转型作为政治任务必须完成，容易达成共识；后者可以做为国企底层或微观层面的成功个案可与顶层战略形成合力，推动转型或改革的进行，有着积极的意义；可以对决策层、管理层、执行层起到示范作用，用实例证实转型的效果和溢出效应，降低转型的消极抵制情绪；容易在各个层面形成转型的中坚力量，可以使转型持续；加速催化转型由表面、形式、应付等物理变化到内在、本质、做实的化学变化进程，转型的实践就是打通诸多要素的过程。打通转型的诸多要素，要具备智慧和坚定的信念，更要有理性的英雄主义的情怀。

2、作者：江瀚随着信息经济的快速发展，PC计算机和移动智能终端的迅猛普及，互联网正在成为改造我们这个世界的最大驱动力。仅仅两三年的时间，在互联网大潮的冲击下，我们见证了一代传奇企业柯达的落幕，目睹了百年诺基亚的黯然退场，更经历了一代通讯之王摩托罗拉的几经易手。这一个个鲜活的案例在告诉每一个世人，在互联网的时代如果不做出改变，无论多么伟大的企业都有覆灭的危险，都有失败的可能，在瞬息万变的时代里不变的唯有变化本身。因此，我们看到了大量的产业巨头进入了一种泛互联网化的时代语言体系，几乎所有的企业经营者都在张口互联网+，闭口O2O闭环，似乎每个企业都在进行互联网转型。让人不安的是，无论是苏宁试水的苏宁云商，还是建设银行率先推出的善融商城，亦或铁路总公司的12306，这些都是传统企业的互联网化尝试，但无一例外，其用

用户体验之差，互联网推广之艰难，消费者诟病之多都已经让这些企业的尝试沦为一种笑柄。难道说传统企业真的无法进行互联网转型，只能等着门口的野蛮人过来强势颠覆了吗？非也。正如著名互联网认识何伊凡先生所说的“未来的商业世界是混元的，而非割裂的，如果说在PC时代，互联网与实业之间的关系是物理反应，而在移动互联网时代，双方关系就是化学反应，互联网+的不仅是传统产业，还有人、物、场景等，这如同一个奇妙的数学公式，不同的排列组合，就会取得无穷尽的可能。”从根本上来说，传统企业的互联网化发展并没有任何定法，正如《孙子兵法》告诉我们的“兵无常势，水无常形”，要根据自身企业基因的不同进行新的价值网基金重组。一是坚持自身的优良基因每个传统企业，尤其是在市场发展已经取得一定优势的传统企业，往往已经形成了自身的路径依赖，拥有着符合市场需求的产品体系，服务架构。这个时候就需要在原先的基础上，做好企业的内功，企业的根基是产品，这是构建企业与消费者之间最根本的桥梁。无论互联网化发展的多么红红火火，企业的产品不行依然会被市场所扬弃。因此，如何确保自身的产品好用易用就成为企业发展的内生性动力，需要在互联网的大潮中保持一颗沉静的发展轨迹，适时保持着企业的匠人精神，在外面热闹的世界中，两耳不闻窗外事，一心只做好产品，这就是企业应对一切市场竞争的基础。二是搭建消费者需求痛点反馈机制互联网精髓到底是什么？其实就在于两个字：连接。在传统的市场上，企业与消费者之间的沟通渠道是非常有限的，唯一可能的沟通除了市场调研以外，就只剩消费者产品投诉这种“坏沟通”渠道了。因此，企业的产品设计与改良往往存在着闭门造车的问题，难以时刻了解消费者的需求变化，难以直击消费者的最痛点，从而失去了大量的市场机会。但是，在互联网的时代，尤其是万物互联的时代，企业可以借助社交软件，借助企业APP建立起连接厂商和消费者的桥梁，将消费者的需求及时反馈到产品的研发第一线，从而建立起消费者的需求模型，为厂商及时改进产品提供了更多的可能。三是构建市场前端的互联网化对于一个企业而言，生产是企业的后端，而营销则是企业的前端，在营销至上的时代里，一个企业如果成为央视的标王，就可以轻而易举的实现销售业绩的翻番。但是，在互联网时代，企业要在营销领域进行新的革新，通过互联网与消费者的强宣传、强连接关系，让每个人从消费者转变为用户，除了构建起与用户的购买关系以外，通过用户连接让每个用户给企业创造二次价值，例如用小米连接方式，实现用户层面层层参与的操作系统创新；用腾讯的连接模式，实现用户在社交平台的多次引流，从而为其他平台创造价值；亦或利用阿里巴巴模式，让用户除了成为自身电商商城的购买者之外，还进一步成为其他平台交叉销售的新用户。这就是市场前端的互联网化。这三点其实很多传统企业在实践互联网化中都有过尝试，但成功者却寥寥无几，最主要的原因则是在于企业价值网的内部冲突，企业的互联网发展除了上述“术”的层面的改造与调整以外，其最大的难点来自于“道”的层面的挑战。每个企业在其发展的过程中都会形成自身的价值网体系，这个体系在外为产业的各个参与方提供了利益，对内让企业的内部人员形成了自身的企业文化，企业发展方式的路径依赖，甚至是企业内部盘根错节的利益分配机制。这是企业另一个层面的阻碍，很难想象一个试图互联网化的企业，能在所有员工都保持森严的等级制度，以及全部西装革履的企业文化下实现。这就是传统企业互联网化“道”的困境。其实无论是营销，还是生产，亦或需求反馈，想要调整都很容易，往往引入一套全新的ERP系统，经营好企业的微信公众号，外包一个强有力的互联网化营销团队就能够实现了。但在企业文化层面，以及价值网层面的调整是困难的，需要企业投入更多的精力去解决基因组上的问题。如何改变其基因，需要的是更多的耐心与调整，可以通过建立事业部，构建子公司的方式一步步地引入互联网思维让其慢慢的融入企业的内核，也可以通过收购互联网企业，引入外部力量改造等等，方法不一而足。但是，还是那句话“兵无常势，水无常形”传统企业的互联网化，不是一朝一夕之功，需要的是从基因层面的改变，欲速则不达，盲目的互联网跟风，运动式的休克疗法都难以起到根本作用。在互联网的大潮下，不要盲目的找风口，而是要冷静的寻找企业互联网发展的基因重组模式，只有这样才能真正摸着石头找到成功。

3、为什么要选择合伙人模式？真格基金创始人徐小平在近期的演讲中强调了合伙人的重要性，他说：合伙人的重要性超过了商业模式和行业选择，比你是否处在风口上更重要。创业成功最重要的因素是什么？雷布斯给的答案是：合伙人团队第一，产品第二。最重要的是团队，其次才是产品，有好的团队才有可能做出好产品。合伙人应该如何寻找？周鸿祎标识，要找的合伙人首先应该要有创业精神。合伙人有创业心态才会喜欢自己做的事情，他们才会自我燃烧，才能够激发出主动性。其次合伙人要有很强的学习能力，也就是乔布斯口中的A级人才。现在是一个学习的时代，而如果一个不善于主动学习，主动挑战困难的人，很难跟得上公司长远的发展。更何况，组织的学习能力，将会成为一个公司的核心竞争力。第三个就是合伙人要有很好的开放合作心态，因为成功一定需要跟很多人合伙。

合伙人必须在问题发生时懂得问自己能做什么，而不是互相推诿；必须充分尊重和信任，有承担风险的能力；你觉得既能毫无后顾之忧地欺负他，又恨不能与他执子之手合伙到老。周教主还认为，合伙人还要有自我激励，自我驱动能力。同一件事，用打工心态和用创业心态做，效果是完全不同的。新的形势下，人的重要性已经越来越凸显。合伙人的重要性已经不言而喻，如果你还死守着自己干的心态，那么对不起，你很可能被拍死在沙滩上。对于传统企业，应该如何来操盘合伙人制度？我最近在看一本书《打通》，何伊凡老师写的——传统企业向互联网+转型的7个关键要素，在这本书中详细阐述了传统企业转型的七个关键点，如果你感兴趣，可以自己去寻找这本书来阅读。这里，我仅仅就合伙人来分享一些我自己的观点。也算是为《打通》一书写的书评。最近我也在研究一些跟合伙人、阿米巴、裂变式创业、混序部落等相关的主题，其实这些模式背后都有一个关键点：那就是团队，也可以直接指代合伙人。合伙人最近的热度，在我看来跟分享经济已经没太大的区别，合伙人的重要性已经在一家企业中成为关键要素。对于大公司来说，新的人才战略挑战就是，怎样重构共担与分享机制，让团队利益更紧密的捆绑在一起，以对抗行业动荡时期产生的风险。由于我最近研究方向的原因，市场可见很多企业正在做合伙人方式的转型，像张瑞敏的海尔、前段时间万科总裁郁亮也提出“职业经理人已死，事业合伙人时代诞生”。我想起了最近我一直在研究的一个案例：韩都衣舍。虽然说，我是源于研究案例才了解到的韩都衣舍，但韩都衣舍的统计数据，却让我吓了一跳（原谅我不太淘宝对女装了解更少），一个成立于2006年，到今天也不过十年的淘宝品牌，一个完全不懂服装的门外汉，到今天，韩都衣舍运营了32个服装品牌，1其中18个自有品牌，一年销售额15亿。每天有500万人会拜访韩都衣舍的官网。而15亿的销售额，更是让很多线下企业都自叹不如。我虽然对韩都衣舍的成长速度惊叹，但当我了解了他的作战方式以后，便不再那么惊讶。我认为这个成长速度完全是合理的。同样的，我也非常欣赏这段话：世上最困难的就是把一件你最拿手的工作交给别人，再眼睁睁看着他把事情搞砸，而你却还能心平气和不发一言，那是培养人。世上最容易的就是把一件你很拿手的工作交给别人，再手把手地教他把事情做对，不给他犯错机会，那不是培养人，而是锻炼你自己。这是韩都创始人赵迎光最欣赏的一段话。我在看到这句话之后，也喜欢上了这句话。可能这就是欢度衣舍能够快速成长的很关键的点。今天，我重点要说的就是韩都衣舍的“小组制”作战模式——以产品小组为核心的单品全程运营体系。也就是一个小组最多三个人，所有公共资源都围绕着小组去做。每一个小组，就是一个中心。所有的公共平台都围绕着这个小组去服务。每一个小组就是一台发动机，这正是韩都衣舍的厉害之处。当然第一个采用这个模式的企业不是韩都衣舍，如果你感兴趣，可以自己去寻找（自己找到的东西，印象更深刻），当然了，你也可以跟我交流，如果你也对这个模式感兴趣的话。如果作为传统企业，你还死守着那十几年前的理念，你很可能很快就被现代互联网企业打倒。其实，没有夕阳产业，但是会有很多的夕阳企业。如果你不从自己内部开始寻找合伙人，实现企业内部裂变，那么很有可能你的企业就会进入夕阳企业行列。当然了，并不是说你采用合伙人制，你的企业就能够环境法生机。这完全取决于你企业的制度，核心组织的学习能力，以及作为企业负责人壮士断腕的勇气。2014年年末，和君咨询董事长王明夫在合伙人年终例会上的演讲曾说：一个关于生死的问题是创新和转型的问题，创新和转型的问题变成了人才的问题。不能再人才上下对功夫，谁也别想实现创新和重生。当然了，这段话，可能会有很多人不同意，还有别的问题存在，比如说：放弃流程自由组合风险极大，因为取决于每个人持续的主观能动性、强烈欲望和自我管理能。但接下来的这个问题，可能会有更多的人会产生普遍共识：如今正值商业乱世，一切都在快速变化，相对稳定的战略与组织，根本无法及时做出反应，而只有人，才可能根据前线的炮声和战火，即时判断，快速反应。无论进攻还是卫，人再次成为首要的依靠和指望。我深以为然。身处所谓的大争之世，一切竞争都是人才的竞争，而传统产业坚持了十几年的模式，正好处于这乱世中的“守旧”贵族，被打劫也是发展的必然。2009年开年，任正非向华为全体员工发出了振聋发聩的呐喊：让听得见炮声的人呼唤炮火，授予一线团队独立思考和追求最佳的权力，后方只是起保障作用。新时代，新的竞争就是对人才的争夺。如果你还不懂得放权，让听得见炮火的人来做决策，你就要做出反思了。你的企业现在是否依然适应新时代的发展？你的而企业是否依然有足够的活力去适应新时代的竞争？· · · · · 转型找死，不转型等死。既然大家都不好过，这就是这个时代的好消息。别人同你一样都不好过，敢于去尝试去做出改变，浴火重生也不一定。今天插入一篇书评，明天更新“故事思维”系列。如果你也爱扯几句，那就赶紧勾搭志强吧。关注志强，不仅可以勾搭志强，更可以对志强的文章指手画脚哦！你最真诚的朋友：极客志强。本书很不错我的公众平台，感兴趣可以一起交流

4、互联网+转型这一主题的书不胜枚举，而选择《打通：传统企业向互联网+转型的7个关键要素》这

本书，是因为@秋叶老师的微信公号推荐。一方面是因为秋大书读得多，相比而言知道哪本不错；另一方面，他读书的思维方式值得学习——进行结构化思考，深入探索，总结成自己的知识后还可以输出。这样的阅读方式是我努力的方向。言归正传。正如秋大的推荐，这本书的案例很不错，无论是细节性、趣味性还是深刻性。作为一枚商科汪，我喜欢书中有大量经典、新鲜的案例，这样，我就可以从不同角度借鉴，用在课堂展示或者课程作业中。看书的时候，我会简要记下案例，以便日后查阅。举个例子吧：13页 三只松鼠——提升用户体验32页 平安银行——小积分，大作用40页 ZARA 与H&M——数据驱动生产流程39 56页 南航——大数据结合及跨界联合，提高服务质量和营销能力……互联网+主题的书读了有三四本，感觉特别高冷，专业名词扑面而来，常让我措手不及，往往会忽略掉其中真正的内涵。就像阅读英文文献时，要是很多词汇不认识，就会丧失阅读的欲望，即使不得不读下去，也会一知半解，掌握不了文章的主旨。这本书与它们相比，是平易近人的，既不狂拽新的概念，也不像教科书那样死板无聊。由于作者历任记者、杂志社主编，所以语言可读性强，阅读体验非常顺畅。概念的写作简洁明了，而且总有案例跟在后边予以支撑；案例的写作有骨有肉，以至于我可以从不同角度切入，用在学（zuo）习（ye）中。内容方面，还是能学到不少的。比如说“领袖与团队”、“基因与进化”这两章，就是其他“互联网+”书中很少提到的要素，论述了企业家才是企业中那个最需要改变的人，以及适度“失控”的重要性。书中的图表不多，但都是精品。有的清晰化逻辑框架，有的图表化流程，有助于读者理解与整理思路。最有爱的地方在于随书附赠的3张书签，用信息图表总结了3方面的要点，感觉书签在手，一书全有。看书的同时也能学到信息图表的制作，真是一举多得！一直喜欢阅读经管系列，不仅因为自己学商科，更因为兴趣所在。希望能在经管的路上，且学且行，且行且思。

5、并不需要风口的猪——《打通》的关键在于基因重组作者 江瀚相信每一个做互联网的人都不会忘记雷布斯关于风口的猪的名言，只要能找到互联网的风口，那么就算是猪不也照样能飞。但是，我们看到的是在一个万物互联的物联网时代，移动互联网已经将原先线上线上的物理间隔无情的打破，没有了最后一道屏障的传统企业该如何在这互联网的大潮中华丽转身？是像柯达一样黯然落幕，还是像诺基亚一样巨星陨落，还是像苹果一样浴火重生。也许这些案例过于极端，也许这些案例不可复制，但是即使是庞大如IBM这样的产业巨人依然能够大象跳舞，无所畏惧。那到底传统企业如何在互联网大潮中自适，《打通》这本书也许会有一个可能的答案。正如全书开篇所说的：“未来的商业世界是混元的，而非割裂的，如果说在PC时代，互联网与实业之间的关系是物理反应，而在移动互联网时代，双方关系就是化学反应，“互联网+”的不仅是传统产业，还有人、物、场景等，这如同一个奇妙的数学公式，不同的排列组合，就会取得无穷尽的可能。”在这个混沌的商业世界里面，原先制胜江湖，号令天下的许多东西变得不再那么适用，曾经称雄世界的泰罗制在互联网的时代变得不再屡试不爽，曾经赢得世界大战的数字化管理也风光不再。那么传统企业该用什么去做自己的选择？本书说的很明白，在大工业时代传统企业之所以屹立的关键是什么？本书告诉我们传统产业的风口有四大特点：“一是看天吃饭，天就是宏观调控的走势；二是寄生于权力和资源；三是依赖规模扩张，迷信大而不倒；四是赚用户与企业之间、企业与企业之间信息不对称的钱。”这就是传统企业的内生性基因依赖，企业通过这四大基因优势取得了传统市场的生理，但是在互联网的时代，特别是万物互联的时代，这些基因的魅力已经开始消退，当年的信息优势，成本优势在互联网企业看来不过是一些雕虫小技，互联网即代表着信息沟通的顺畅，轻资产则直接引发的是成本模式的再造。那么是不是传统企业全盘互联网化就能成功了呢？非也，就像一百年前的辛亥革命，一切照搬西方的道路都是走不通的，与此同理，传统企业纯粹互联网化引发的一定是价值网的崩塌，一定是新老的冲突，正如书中所说的苏宁用传统精英企业的模式去做互联网电商，在一个要求所有员工都打领带的企业里，又谈何互联网精神？那是不是只有书中举案例的小企业，可以凭借自身船小好调头轻松的实现互联网化的改造？而大企业只能在互联网的大潮中望洋兴叹了呢？甚至会有更为极端的观点认为：传统产业互联网化是个伪命题，枯干的老树上无法长出新枝，要么早死早超生，要么就要采用“自宫”之类的激烈手段。如果这么理解，就曲解了何伊凡先生的苦心。无论你是大象，是蚂蚁，还是猪都无所谓，打通的关键是“任督二脉”，打通的特点早就不是“分子层面”的改变，而是深入企业基因的“基因重组”，从全书的表面上来看，是从传统产业转型的七组关系入手，这七组关系分别是：“产品与用户、数据与连接、开放与封闭、增量与存量、组织与个体、领袖与团队、基因与进化”。但是道与术的差别在于，前六点都是术，而最后的关键才是道。传统企业想要实现大象起舞的变革，就必须理解书中斯巴达与雅典的对立统一，集权至上的斯巴达是军事化管理，是科学管理理论的天然实践者，代表是强执行力，

《打通》

而崇尚自由民主的雅典，代表是混沌理论，对于一个拥有着斯巴达式基因的传统企业而言，想要通过顶层设计变为雅典似乎只能邯郸学步，但是为什么不能在两者之中寻求平衡，以混序的理论指导基因重组呢？混序，混沌与秩序，通过有机的结合两者，在原先的绝对秩序中给混沌留出口子，允许企业内部的些许“失控”以互联网化的思维应用于自己道路的改变，将两种基因内置于一套体系中想不发生矛盾恐怕几乎不可能，但通过矛盾中寻找和谐，追求平衡点，反而可以将传统企业置于一个最容易变革的节点，应对市场的瞬息万变，所以打通了基因壁垒的传统企业反而比互联网企业更容易践行互联网精神。既然任督二脉已通，有了翅膀的猪又何需风口呢？

《打通》

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:www.tushu111.com