

《互联网鲑鱼法则》

图书基本信息

书名：《互联网鲑鱼法则》

13位ISBN编号：9787508654838

出版时间：2015-11

作者：高雄勇,高惠然

页数：224

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.tushu000.com

《互联网鲇鱼法则》

内容概要

在传统企业普遍面临转型难题的当下，很多企业共同选择了引进互联网人才这一路径，即借力互联网人才发挥“鲇鱼效应”，以激活企业。

但鲇鱼如何才能用好、鲇鱼效应怎样才能真正发挥作用是企业、鲇鱼共同需要面对的问题。

本书由一个互联网人以在传统企业做鲇鱼的亲身经历，讲述传统企业在转型中发生的真实故事，有些事虽让人啼笑皆非，却又发人深省，无不映射现在传统企业面对互联网冲击时急于转型而又措手不及的种种窘态，触碰到传统企业转型的难点与痛点。更可贵的是，当过“鲇鱼”的作者还从互联网转型角度，解析出鲇鱼效应的原理、鲇鱼效应的适用法则、充当鲇鱼的能力法则、鲇鱼效应的功效法则等实操经验。

《互联网鲇鱼法则》

作者简介

高雄勇：一个互联网企业和传统企业的两栖人

高雄勇先生1994年毕业于大连理工大学，1996年和两位同学从国企辞职创业，成为中关村第一批IT软件创业企业，后来又先后三次从事与互联网相关的创业，经历了中国互联网发展几个阶段的风风雨雨。当年开发的网络视频下载软件Leapcube，是国内第一款集视频订阅和即时通讯为一体的娱乐工具，曾被称为中国的Miro。

高雄勇先生是中星微电子的早期员工，也是中国第一批“多媒体盒子”的从业者。在盛大网络工作期间，带领“盛大盒子”团队开发了中国第一台互联网盒子。开创了互联网企业玩硬件的先河。

盛大盒子项目失败后，高雄勇先生转战传统家电企业海信集团，主导了海信整个智能化转型。带领队伍开发了海信自己的智能电视运营系统，建立了传统家电企业第一支独立的智能电视运营队伍，并创新性主持开发了当时“世界上最快的智能电视”VIDAA电视，登上了纽约时代广场，成为智能电视的明星。也使海信在智能电视领域领先于其他传统电视企业，被外界冠以“VIDAA之父”的称号。

2014年从海信离职后，高雄勇先生一直关注传统企业转型，并根据自己跨越两个行业的亲身经历，形成了自己对互联网产业与传统消费电子产业跨界融合的独到见解。他一直坚信：自己坚持了十年的智能硬件的春天已经来了！

书籍目录

- 序言
- 第一章 鲇鱼效应
- 第二章 企业为什么需要鲇鱼
- 第三章 谁愿意做鲇鱼
- 第四章 鲇鱼应该怎样做
- 第五章 如何让鲇鱼发挥效应
- 第六章 鲇鱼的最终命运是什么
- 第七章 鲇鱼的出路在哪里
- 后记

《互联网鲑鱼法则》

精彩短评

- 1、互联网只是一个工具，关键是激活企业。“鲑鱼效应”便是激活企业的一个思路，值得一读。
- 2、从传统行业和互联网行业的人才结构、体制层次、产品需求、市场定位和目标愿景逐层细致入微的详细阐述，用鲑鱼法则的基本原则结合作者丰富的工作经历与思考，给我们呈现出了一个传统企业和互联网企业思考的清晰的版图。从中我们可以判断自己是鲑鱼还是沙丁鱼，也能知晓互联网企业与传统企业的细微差别。
- 3、作者的经历以及经典案例，探讨了“鲑鱼”在企业转型中的问题与故事，语言朴素，对“鲑鱼”多有警醒。可能作者与一些传统企业的互动中有冲突，暗暗吐槽格力被识破了
- 4、转型 人才 互联网
- 5、结局不如人意，是否想成为鲑鱼还需三思。

1、讲述互联网企业的书籍很多，缺乏的，是一个参照标准。我们看到了小米，Facebook, Spotify, Instagram, Snapchat.....在极短的时间里完成市场的占有与布局，他们的成长轨迹我们只能用惊叹来形容，每一个企业从0到1的过程可谓“迅雷不及掩耳之势”的完成。他们在互联网的城堡里，仿佛生来就是王者；他们没有太多经验和知识值得你学习，他们自己都不明白为什么自己会一夜之间身价暴涨，甚至有些巨型独角兽企业的创始人、大股东们才刚刚成年，才刚刚能达到法律允许喝酒的年纪；这一切太快，太快了。不仅仅他们自己看不懂，那些写他们成长故事的理论家、思想家和学术吸血虫们更是看不懂，更何况是这种知识和智慧三次转手到你我眼前的文字与思维？我一直很尊重一个观点，就是互联网的世界并没有逃脱传统管理学的范畴。在管理学丛林里，层出不穷的理论和模型帮助这个世界完成了第三次工业革命，是否在互联网这次技术革命中发挥中流砥柱的作用还有待时间的考验，但一定很清楚的是，管理学在互联网的世界中发挥着越来越多广泛影响。本书作者从鲑鱼法则的角度思考传统企业和互联网企业的各种感悟，深刻的揭露出管理学在两种类型企业中的不同作用和相同套路——企业追求利益，个人追求效率。从这个角度来说，多了一些互联网企业与传统企业之间的对比案例，能让我们更清晰的看清楚什么是互联网企业，也让我们更好的理解传统行业所迫切需要改变的动力、阻力以及出发点。传统企业和互联网企业本不是绝对对立的形式，只是互联网企业有更多新奇的创新和不断的迭代，让我们看到了未来越来越美好的希望。用传统企业做参照，我们能更好的对理解和认知互联网企业。基于此，我们有必要深刻理解鲑鱼法则在传统企业和互联网企业的穿针引线作用。本书开始有一个对管理和产品的说法我非常认同，例子说的是企业制度是管理者给员工开发的产品，如果企业制度这个产品使用体验不好，也不能对此作出评价，更不能对此做任何升级和迭代，那么员工唯一能做的就是更换产品（辞职）。有类似思维的人，是对不完美有着热切追求的人；他需要更好的体验，而传统企业是以渠道为王的商业逻辑，“客户是上帝”的信条早已尘封在公司的博物馆的某个角落。所以，有追求的人很可能成为本书作者极力想要说明的鲑鱼。成为一条鲑鱼就需要上上下下去变动，去改变企业中各种体验不好、成效不高、设计不好的制度和习惯，这样的鲑鱼在聪明的渔夫眼里是极力保护和看重的。当农夫变得随意和无所谓，安定团结就成了一切改革的阻力。我们在《士兵突击》中看许三多第一次去三连五班的情境，许三多就充分的发挥了鲑鱼的作用。刚开始老马想着新兵蛋子也就三天热乎，当相处的时间长了之后，团队内开始出现不同声音了，老马自己也开始动摇了。此时的老马就像那个渔夫一样，开始犹豫不定；是要变动一下让这个“不像样子”的班级振作一点，还是继续从前的“美好日子”？最开始，他和许三多沟通最多的一句话就是“团结大过一切”。心不动就不会痛，得过且过永远能保持一颗安静的心！变动永远是困难的，不信就想想冬天早上赖床的自己吧。互联网行业确实给这个一潭死水的公司制度带来一些新的气息，但仍不能让许多企业看清楚现实。如同诺基亚在宣布的时候说的那样：我们并没有做错什么，但不知为什么，我们输了。曾经的主动出击、风光无限的老牌劲旅企业和财团，开始集中重要力量狙击互联网和新兴形式的企业，似乎再唱一次互联网泡沫就能解救他们自己的传统企业一样显得天真。这个世界变化太快，你还没有想清楚别人为什么退学，别人就已经是拥有几十亿家产、几千万服务用户的大老板了，而你，还在选择做一个沙丁鱼，亦或是鲑鱼吗？书的最后，作者强调了一个观点非常重要。所有的鲑鱼都适合创业，鲑鱼不同于沙丁鱼的存在价值。你不美味，也无法给农夫带来价值；但你的存在使得农夫对未来和生活充满希望；你不完美，但依然让无数沙丁鱼心惊胆战，让渔夫时刻在乎你；此时，你应该功成身退，华丽转身。在这一点上，唐骏无疑是最好的鲑鱼标榜；他在微软、盛大和新华都，都是在所有人认为他达到了他所在企业的事业巅峰的时候，他就华丽转身了。与以前的企业家还是好朋友，与现在的事业还都有互补，多么漂亮的一个转身，多么聪明的一条鲑鱼！鲑鱼的选择是创业，似乎是唯一一条正确的路了。曾经我对“卸磨杀驴”、“兔死狗烹、鸟尽弓藏”非常的不理解，用本书作者的鲑鱼法则去思考和理解，似乎在一瞬间顿悟了。对于帝国的缔造者，你不过是一条鲑鱼，当你为渔夫完成财富的积累的同时，你的价值也趋近与零；杀不杀你，对渔夫已然不是个选择问题，而是时间问题。曾经我对“温水煮青蛙”的说法也非常不理解，运用作者在本书中的鲑鱼法则的方法去思考，似乎能更好的理解。在合适的时候，鲑鱼就必须要做自己的选择。创业？Or No?你是鲑鱼，看完这本书，就有你的答案了。

《互联网鲑鱼法则》

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.tushu000.com