

《登高四书》

图书基本信息

书名：《登高四书》

13位ISBN编号：9787111492102

出版时间：2015-1

作者：李善友,龚焱

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

《登高四书》

作者简介

李善友，酷6网的创始人兼CEO。毕业于南开大学、中欧国际工商学院，曾先后在摩托罗拉、美国铝业集团、博士伦公司等大型外企以及在国内极具影响力的门户网站——搜狐任职。2011年3月，李善友从其一手创办的酷6网辞职。2011年7月18日，辞任酷6公司董事。

龚焱教授是中欧国际工商学院创业学助理教授。加入中欧之前，他是加州大学欧文分校保罗麦琪商学院战略与创业学助理教授。

书籍目录

第一册 互联网世界观

第一部分 升级世界观之一：从原子论到比特论

“波粒二象性”

新世界观是巨大的商机

第二部分 升级世界观之二：从物质论到关系论

“量子纠缠”

新世界观对商业模式的启示

第三部分 升级世界观之三：从决定论到概率论

“不确定性原理”

新世界观对创业方法的启示

第四部分 升级世界观之四：从机械论到自组织

大公司为什么必然会死亡

自组织四大法则

第二册 颠覆式创新

第一部分 颠覆式创新

任何一个价值网都存在失效的边界

大公司的黑洞:破坏性创新

颠覆式创新的秘密是“技术加速进步”

第二部分 小公司如何打败大公司

从第四象限逆袭：与其更好，不如不同

产品破坏性创新

市场破坏性创新

从芯片业看颠覆式创新

不对称竞争：非主流才是未来

猎豹:巨头阴影下的简单生长

第三部分 工商管理的窘境

任何文明，都存在“遮蔽效应”

客户是最大的盲区，“增长”是失败的本源

华为深陷“创新者的窘境”

大公司如何逃离窘境

第四部分 从工业思维到互联网思维

诺基亚的颠覆和被颠覆之路

苹果如何自我颠覆

时代的风口

第三册 产品型社群

第一部分 两种思维之争

思维是案例背后的逻辑体系

从10亿元赌局说起

从小米模式看互联网思维

第二部分 互联网思维之产品篇

降至一维，唯剩产品

产品的审美主义时代：极致、简洁和情怀

第三部分 互联网思维之社群篇

小米盈利的秘密——小米社群

社群商业模式（上）：中间成本为零，如何实现营收

社群商业模式（下）：毛利率为零，如何实现盈利

第四部分 产品是入口，社群是商业模式

互联网时代的二向箔

社群势能方程式

今天，人就是商业模式

互联网思维七字诀——产品、社群、自组织

第四册 精益创业

硅谷创业思维的演进

精益创业的逻辑框架

精益创业第一阶段：定义用户痛点假设和解决方案假设

精益创业第二阶段：验证用户痛点假设和解决方案假设

精益创业实战案例——今夜酒店特价

精益创业的关键点小结

《登高四书》

精彩短评

- 1、非常值得一看的四本书
- 2、看看
- 3、通俗易懂
- 4、文章太啰嗦，强加了很多不着边际的概念，很多理论都是概念性错误，量子物理，他就是看个科普文章，就叽叽呱呱的强加进去。。sigh
- 5、这套书讲的是当下互联网时代下的创业思维与创业方法，想法挺独特的，学到了新的思维，不错。书是以演讲的形式呈现的，易读且有趣。推荐一下~
- 6、这本书对我理解互联网思维影响巨大，一个混沌的概念，经过李善友的提点，变得清晰具象。书中观点有很多发人深省，值得继续思考和学习。
- 7、给你观念，但最重要的还是实践。
- 8、没那么神奇，却是必须要读
- 9、
- 10、世界观受冲击。。去看看量子力学
- 11、一本书完全可以说完的事非得分四本书说，重复片段很多。核心就是互联网思维是什么？在互联网时代如何创业？以「换操作系统」和「打补丁」类比时代变了需要彻底改变思维和世界观，以「价值网」为逻辑起点，从「价值网」的三大特征成本机构、性能属性和组织形式推导出互联网时代「价值网」的三大特征：功能成为标配，情感成为强需；中间成本趋零，二次打击盈利；个人异端化，组织社群化。由此总结出互联网时代的生存方式即「产品型社区」。以及以MVP为核心快速迭代的精益创业。以上论断尚可存疑，但表明自己的课程和论断只是指向月亮的手指，其实是最有启发的。
- 12、最后一本比较实在。
- 13、豁然开朗
- 14、互联网思维大法好
- 15、有时间再读一遍！
- 16、互联网思维，小米案例
- 17、李善友老师是国内比较好的商业管理的老师，这四本书自成体系，提供给读者一个比较完整的商业模式的工具。但是，中间内容多重重复冗长。虽然提到的几样东西都是国外比较成熟的商业思维，但是对思维的重组形成新的思维，也是件算得上伟大的事情。
- 18、了解一个你真正所处的变革时代
- 19、看完两本了，挺有帮助的，就算不去创业，至少思维开阔了许多。
- 20、李善友好赞
- 21、4本书200多快，全篇让你觉得看完他就能创业成功，作者说的有些道理但洗脑味太重，互联网被神话被美化，其实说的就是传销，只有最后一本书的作者是正经人，看看豆瓣那些打高分的，深深觉得作者功力了了的，不但骗了你花高价买书还让你买完帮他宣传，可怕
- 22、心灵鸡汤
- 23、非常棒的互联网书籍，如果让我推荐互联网思维，我就推荐这一套，值得研读！
- 24、忽悠四书，给土老板看的吗
- 25、互联网时代目前为止最好的创业手册。
- 26、在互联网这是时代，我们的世界正在经历巨大的变化。但还没有一本像《国富论》这样的巨著，可以指引我们在这混沌的世界中前行。可能这套书能够起到抛砖迎玉的效果吧。
- 27、说的很热闹
- 28、蛮喜欢老李飞刀的“MVP、精益创业”一步步的被引导，有事例、有方法、有理论，推荐一看！
- 29、好书，启迪思想，只是其中对产品至上的小米推崇备至，而如今小米的停滞，和营销重于产品的现实却有些尴尬。
- 30、一本正经的胡说八道
- 31、互联网思维和精益创业不错。

《登高四书》

- 32、当年是这四本书打开了我的互联网世界观。
- 33、还不错
- 34、李善友还是很有思考力的，可是这四本书压缩压缩，去除20%的什么创业营的广告，就值3星半了。
- 35、实体书设计好棒，不过感觉有点太放大社群效应了
- 36、精益创业方法论：科学假设，快速论证，循环修改。
互联网世界观：不确定，自组织，产品王。
颠覆式创新：空，心态归零。
产品型社群：互联网是一把奥卡姆剃刀，不是+，是-。
- 37、从来羡慕这种横跨多领域还能讲得头头是道的人！
- 38、领先时代半步的思想者
- 39、四本书看的比较快~讲的还不错~看多了有时候觉得有点当初看成功学的感觉.....
- 40、很快扫过其中两本，觉得一直在重复。也许听演讲会更好一些。不会推荐给其他朋友
- 41、创新者的窘境加精益创业的详细解释，以及量子物理的混合。想起刘处说的：MBA就是帮你读书。
- 42、互联网入门书。社群+产品。根本是要牛逼的人。这样，就努力做个牛逼的人吧hia hia hia~产品经理~~~隐隐觉得，这就是新一轮阶级分层的过程。
- 43、比美国引进的那些精益创业，从零到一什么的更接地气，更好理解，写的不错
- 44、丫的你卖100着实把我坑了！！！！
- 45、很好地对于互联网思维的整合
- 46、在逻辑思维买的~最近在看失控和0到1~两天把李老师的三本读完，很多观点都串起来了。要是看现场的讲座怕是更震撼！书的质量很好，138我觉得物超所值，给了我很多很多的启发。

章节试读

1、《登高四书》的笔记-第196页

互联网世界观

在一个企业，从哪个岗位的人会上升到更高的位置上，你就会看到，这个公司的亚文化是什么？公司的亚文化大概有以下四种：

第一种，管理亚文化。管理的人最重要，财务人事等，由这些管理人员来驱动公司。

第二种，销售亚文化，销售的人最重要，谁扛kpi，谁的话语权最强。大多数的公司都是销售驱动型公司。

第三种，工程师亚文化，公司是由工程、技术的人去驱动的，他们最有话语权。

第四种，产品经理亚文化。

各种亚文化各有利弊，没有绝对，移动互联网下产品经理是趋势和方向，更有活力和速度上的机会。

2、《登高四书》的笔记-第170页

面对新技术和新市场，往往导致失败的恰好是完美无瑕的管理，这就是管理的窘境。所谓窘境，就是即使你明白这个现象和道理，但你却没有办法超越他。

3、《登高四书》的笔记-第182页

阿里巴巴的基因在管理，百度的基因在搜索技术，以及跟搜索相关的产品，腾讯最擅长的是社交，新浪的核心能力是媒体，盛大擅长运营而不是产品，苏宁擅长的在线下。

4、《登高四书》的笔记-第170页

大公司为什么必然会衰败？

理论依据是热力学第二定律熵增定律。

王东岳说过：“任何一个组织，随着时间的推移，一定会变得涣散话，官僚化，失效化，并最终走向学消亡，这就是组织的窘境。”

那么能否通过改革来实现组织的新生呢？

很可悲，答案是否定的，任何一个组织发生重大内部变革或调整，基本不可能，其一，是因为改革者所需借用的组织力量，恰好是改革的对象；其二，是因为改革的焦点恰好是该组织力量，正是既得利益集团不允许触碰的痛点，这就是改革的悖论。

《登高四书》

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