

<<从不竞争>>

图书基本信息

书名：<<从不竞争>>

13位ISBN编号：9787508619309

10位ISBN编号：7508619307

出版时间：2010年4月

出版时间：中信出版社

作者：林军

页数：190

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>

<<从不竞争>>

前言

这是一本讲述经济型连锁酒店7天及其CEO郑南雁成长故事的书.也是一本讲述如何经营一家快公司的书。

2009年11月20日，7天连锁酒店集团（以下简称7天），在美国纽约证券交易所（以下简称纽交所）挂牌上市，股票代码SVN，成为首家登陆纽交所的中国酒店企业。

摩根大通及花旗集团担任此次IPO主承销商，融资金额超过1亿美元。

在7天对投资人提供的材料中，最引人注目的是7天的成长速度：7天是一家与时间赛跑的企业，自2005年3月开出第一家直营店以来，曾连续三年每年保持近400%的增长速度，即便是遭遇金融危机的2009年，这家公司也保持了高增长。

你可以把这家的快速成长归因于它所处的行业——经济型酒店在中国正处于黄金成长期。

不过，这无从解释这家公司是怎样做到从后来者跃升到行业的第一阵营。

<<从不竞争>>

内容概要

这是一本讲述经济型连锁酒店7天的书，也是一本讲如何做一家快公司的书。

7天是一家与速度赛跑的企业：自2005年3月开出第一家直营店以来，每年保持400%的增长，即便是遭遇金融危机后的2009年，这家公司的增长速度也超过100%，并成功登陆纽约证券交易所挂牌上市。

短短4年，7天已成为中国经济型连锁酒店第一阵营品牌。

所有这些，标榜自己“从不竞争”的7天是如何做到的？

它有着什么样的独特管理方式？

它的“从不竞争”理念到底是什么？

它有着一支什么样的团队？

它的成功经验对于行业来说有何借鉴可取之处？

这正是本书所要告诉我们的。

<<从不竞争>>

作者简介

林军

中信出版社、蓝狮子财经出版中心签约作家，英鹏兰德公司执行董事，互联网老兵群创始人，IT第一中文网站天极网创始人并曾任总编辑等职，归属中国互联网创业第一代，记者生涯中曾任《电脑报》新闻中心主任和《知识经济》副总编等职，是中国资深互联网观察家之一。

过去数年随妻女栖居盐湖城，现旅居深圳，致力于中国互联网史和中国高科技史的梳理与写作，著有《沸腾十五年》、《马化腾的腾讯帝国》、《柳传志管理日志》、《大企业病》、《李开复：从心选择的智慧》等。

<<从不竞争>>

书籍目录

前言序一 创业者的特质与企业的DNA序二 7天的“涵数式”和“算法”序三 7天的风景序四 企业家的价值与企业的尊严第一章 创办7天郑南雁找到了充满激情的事业 被梁建章 提拔时却生去意 郑南雁的三次选择 如果没有遇上何伯权 用互联网成就经济型酒店另类品牌第二章 先人后事7天形成5人梦幻创业团队 师弟林粤舟 7天最开始三家店入住率不到40% 开路先锋李春田 来自500强的运营总监韩俏帆 从荷兰某跨国公司归来的黄骥 专业能力、职业能力和敬业能力 君子而不同 对于离职者从不挽留第三章 垂直切割切出7天酒店高性价比 7天——高性价比的代名词 7天靠垂直切割区隔星级酒店 7天房间的垂直切割 7天垂直切割也做加法 7天如何做差异化 7天内垂直切割无处不在 垂直切割并非郑南雁的独创 7天内垂直切割何以大行其道第四章 7天的红旗插遍全中国 杀出广东去 黄骥的“孙膑赛马”策略 四维评价选物业 抢物业，以情动人 星星之火从长沙燎原 挺进北京上海 零加盟帮7天再度开疆第五章 “放羊”放出公平和效率 店务部时代 放羊式管理的提出 矩阵式管理 STEP模型 放羊式管理和四线支持 让店长主动起来 “执政官”和“立法会”第六章 得店长者得天下 经济型酒店都在闹店长荒 怎样的人是合适7天的店长？怎么找到这些店长们？怎么培训这些准店长们？ 7天店长的淘汰制 内部流通和7天传奇 飞翔计划第七章 电子商务 信息系统助力7天扩张 呼叫中心订房比例越来越低 实时预订，CEO也没有特权 无处不在的7天 BBS的妙用 用SNS作自品牌传播第八章 人数近千万的会员体系 与中介分手，做自己的会员制 成立7天会 调整积分政策激活会员 分发法宝与会员形成互动 储值系统 7天价值在会员上？第九章 2008年，7天曾与IPO擦肩而过 吴海兵的2008 2008年年初的IPO计划 偶遇英联投资，重开融资大门 重新打了鸡血第十章 每个7天人都是品牌大使 找到合适的人 坦诚的CEO 最可爱 进退何以如此有序 无为而有为 做一家比沃尔玛更创新的公司 让每个7天人都成为7天的品牌大使后记

<<从不竞争>>

章节摘录

李春田则是位彻头彻尾的摇滚青年，他在大学里曾经组建过摇滚乐队。

外表的文质彬彬和举手投足间流露出的才气不能掩盖他瞬间爆发出来的巨大能量。

尤其是他在一线拼杀时显示出的坚定意志和决心，鼓舞他的队伍冲锋陷阵，着实撼人心魄，荡气回肠。

黄骥是位外表和内心都堪称冷酷的将才。

和李春田不同的是，黄骥的杀气藏于剑鞘之中，这与两个人的工作性质相关，也与其内在气质相连。

在黄骥的办公室内，挂着一幅狼啸万里的画，他在给我们描述怎么开疆拓土时所用的军事术语不免让人联想到战争年代，每次遇到值得庆祝的事情，这位军队大院子弟的雪茄和红酒总是能派上用场，真够酷的。

性格沉稳的林粤舟和细腻干练的韩俏帆虽然不如上述三位那样激情满怀，但他们同样有着无比激荡和丰盈的内心世界。

事实上，如果没有荡漾的激情作支撑，这两个人是断然不可能加入7天的，让一个崇尚沉稳的人作出改变，让一个拥有外企背景的人转民营企业，如果没有大追求和大抱负，从道理上是讲不通的。

在很多人看来，是郑南雁和林粤舟的IT背景成就了7天在信息系统和电子商务上的领先地位，这点毋庸置疑。

但如果深究7天创业团队的背景，你会发现，这5个人其实都有不错的IT背景。

黄骥留学澳洲所读的专业就是计算机，也是科班出身。

黄骥的毕业论文和网上支付有关，他致力建立起一个类似PayPal的支付工具。

后记

广深高速上，车流穿梭，郑南雁让他的司机送我和他从广州返回深圳，他是去深圳见人，我则是结束一周关于7天的采访回深圳。

端坐车中的郑南雁翻着我送的新书《沸腾十五年——中国互联网1995~2009》，突然很郑重地问了我一个问题：“林军，7天是不是一家很‘互联网’的公司啊？”

”我笑而不答，这个问题其实不难回答，但必须先界定诸如什么样的公司是互联网公司这样的前提，如果从7天超过一半的客户是通过互联网进行预订这一标准来看，7天的确是一家利用互联网很到位的公司。

不过，郑南雁的意思显然不仅仅如此，他更希望表达的意思是，7天是一家拥有互联网特质的公司，足够开放，足够创新，足够关心客户体验，足够重视数据发掘……不过，就我本人而言，则更希望把7天描述成中国新消费时代的标杆公司，而不仅仅是一家拥有互联网特质的经济型酒店而已。

<<从不竞争>>

媒体关注与评论

7天是一家与速度赛跑的企业：自2005年3月开出第一家直营店以来，连续三年每年保持近400%的增长，即便是遭遇金融危机后的2009年，这家公司也保持了高速增长。

短短几年间，7天已从行业排名靠后成长为行业前三，并在纽约证券交易所成功上市，其增长速度之快让人侧目。

7天不但做到了这些，同时还一直坚持其独特的“从不竞争”原则，辅以会员制、垂直切割、放羊式管理等管理方式，搭建一个客户、员工、股东利益和谐统一的价值体系，用符合普适价值观的治理方法，让员工活在一个更加“自然”的环境里，能够自动自发地自我成长，并在“从不竞争”的自信中，最终获得竞争的胜利！

——“中国百家标杆企业”学术委员会尽管我仍然坚信创业之路绝非“轻松的旅程”，仍然坚信创业者在激情的深层次定当背负更多的坚持与付出，但我也看到了一种能支撑相对“轻松”的创业智慧，《从不竞争》这本书所呈现的郑南雁和他带领的7天用行动展示了这种智慧的存在。

——何伯权 今日投资有限公司董事长说到7天的成长，最容易想到的就是“奇迹”这个词，当我们真的认为它是“奇迹”时，我们很可能忽略了那些“非常规的逻辑”。

7天的故事已经有很多人讲了，这本《从不竞争》的价值在于，作者看到并揭示了7天在成长过程中看似平常的那些“非常道”。

——吴伯凡 《21世纪商业评论》执行主编7天吸引我的，是它对于人性的管理，即如何让来自五湖四海、背景各不相同的人朝一个方向而去？

我想这是很多人都想知道的秘密，而这本《从不竞争》或许藏着一些大家想探寻的答案。

——吴晓波 财经作家、蓝狮子财经图书出版人公司的成功来自于找到客户、员工、股东利益和谐统一的规律。

就管理而言，必须静下心来找到符合员工期望的、符合普适价值观的治理方法，让员工活在一个更加“自然”的环境里，由此搭建的每一个流程、每一个体系都能够让员工参与。

这样，企业自身的竞争力就能够不断循环加强，自动自发成长，不需要盯着对手，就能够在“从不竞争”的自信中最终获得竞争的胜利！

——7天连锁酒店CEO郑南雁

<<从不竞争>>

编辑推荐

《从不竞争:7天连锁酒店自动自发成长法则》编辑推荐：从不竞争，如何做到成立后连续三年每年近40%的增长？

如何实现从行业排名靠后到美国纽交所成功上市？

荣耀的背后。

7天有着怎样的成长故事？

<<从不竞争>>

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>