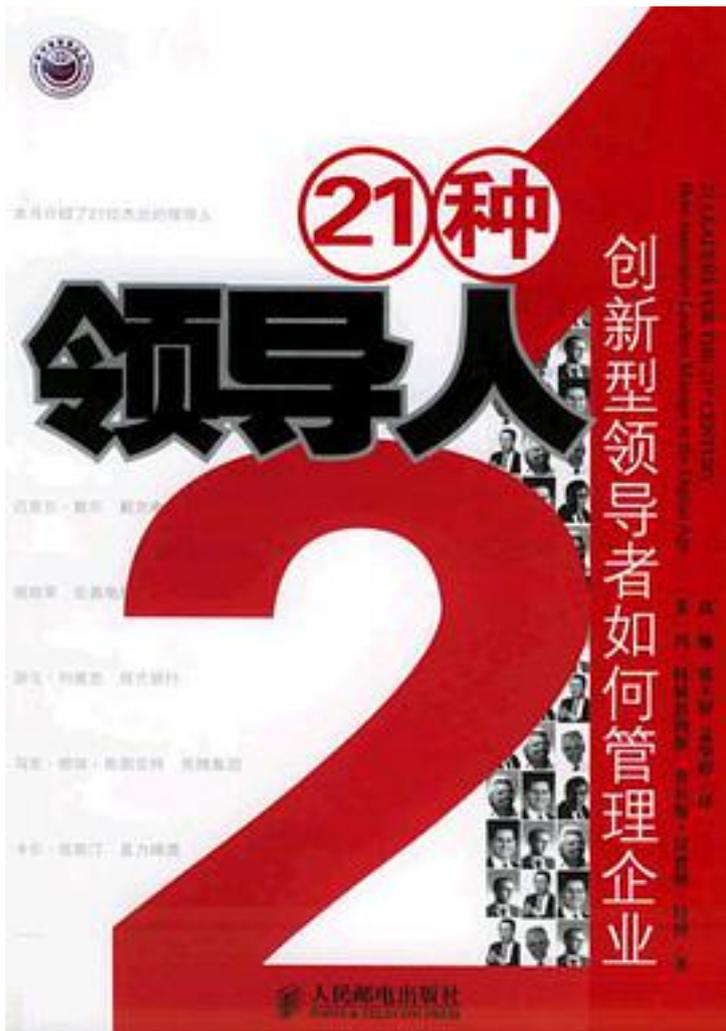


21种领导人



[21种领导人_下载链接1](#)

著者: (美) 特姆彭纳斯

出版者: 人民邮电出版社

出版时间: 2005-05

装帧: 平装

isbn: 9787115130426

本书通过对21位国际著名企业领袖的调查和采访，对他们在领导企业发展、转型或国际

化的过程中遇到的各种矛盾进行了深入细致的研究。读者可以看到，领导人成功的最核心、最基本的能力，其实就是调和矛盾、化解冲突的能力。成功的领导人从来不惧怕矛盾。他们协调矛盾的过程，是融合各种价值观和扬长避短的过程。

本书在体现解决矛盾、化解冲突主旨的同时，也展现了各个著名企业的发展历程。本书内容有很强的知识性和可操作性，可供企业家、职业经理人、商学院教师、学生及管理研究人员阅读。

作者介绍:

冯·特姆彭纳斯(Fons Trompenaars)博士和查尔斯·汉普顿-特纳(Charles Hampden-Turner)工商管理博士，合著有《跨越文化浪潮：理解全球化经营中的文化差异》(《Riding the Waves of Culture-Understanding Cultural Diversity in Global Business》)，《构建跨文化竞争力：如何在矛盾的价值观中创造财富》(《Building Cross-Cultural Competence: How to Create Wealth from Conflicting Values》)等书。特姆彭纳斯博士是跨文化管理咨询公司的执行董事。该公司主要从事国际管理服务，是毕马威的成员企业。其客户包括摩托罗拉、Mars、壳牌石油、庞巴迪和喜力啤酒等。汉普顿-特纳在THT担任管理顾问，并在剑桥大学管理学研究所从事研究，他曾任教于哈佛大学、布南代斯大学和多伦多大学等名校，曾获得古根海姆、洛克菲勒和福特基金的奖学金。

目录: 引言 关于领导力的理论 1

第1章 跨文化竞争力 13

* 学习用“通过-通过”的思维方式思考和行动(第1部分)

什么是领导力？不同的文化背景向跨国企业的领导人提出了哪些挑战？领导人经常面对哪七种困境？区别不同文化共有七个维度，这些维度是领导人在进行思考和行动时应使用的衡量标准。本章介绍前三个维度：

普遍性与特殊性；
个人主义与集体主义；
具体性与模糊性。

第2章 跨文化竞争力 37

* 学习用“通过-通过”的思维方式思考和行动(第2部分)

本章探讨领导人经常面对的七种困境的后四种。来自不同文化背景的人持有不同的价值观，他们之间会发生矛盾和冲突。领导人应当学会调和这些矛盾和冲突：

情感内敛(理性)还是情感外露(感性)
注重成就还是注重资历/潜力
由内向外还是由外向内
按顺序进行还是同步进行

第3章 现实世界的新观点 57

* 理查德·布兰森维珍航空公司

本章介绍极富传奇色彩的商业大亨——维珍航空公司的总裁理查德·布兰森，是如何凭借他的独特个性，创建他的商业帝国的，他遇到了怎样的矛盾，他怎样成功解决了这些矛盾的，介绍了理查德·布兰森和他的维珍航空公司面临的各种困境。布兰森本人就是充满了矛盾的个体，他的周围也充斥着矛盾。他既批评传统的市场经济，却又从市场经济的经营中传奇般地获得了巨大利润。他的成功正是源于他掌握了解决矛盾、处理冲突的能力。

第4章 造就跨文化的融合 75

* 马丁·吉洛超微公司(AMD)

美国芯片生产巨头超微公司，在东德建立了自己的芯片厂以后，如何通过创建独特的公司文化，调和原东德、西德和美国企业的文化差异，让两种文化成功融合后发挥更大威力？本章讲述了一个精心设计并建立起来的“超越国界的企业文化”。这种刻意营造的企业文化，正是为了调和来自不同背景的员工的不同价值观。企业文化的融合者马丁·吉洛，对本书的矛盾理论非常熟悉，运用该理论建立了超越民族文化的企业文化，他的经验是对本书第1章和第2章矛盾理论的最好诠释。

第5章 成功转型 89

* 菲利普·伯吉农地中海度假集团

地中海度假集团是久负盛名的旅游集团，在连续亏损数年之后，在新总裁菲利普·伯吉农的带领下成功转型，重获生机。伯吉农遭遇了哪些矛盾，他是如何处理这些矛盾的呢？他分析了企业转型期间遇到的矛盾和困境，深知他必须把集团从习惯性的奢华造成的高额成本中解救出来。本章揭示了企业转型期间领导者可能遇到的各种矛盾和困境，揭示了把企业从危机和困境中解救出来的领导人是怎样想的、怎样做的。

第6章 回归真正的使命 101

* 克里斯汀·马吉德乐高集团

本章揭示了总裁克里斯汀·马吉德如何使具有悠久历史的、全球著名的儿童玩具制造商——乐高集团不断创新，跟上时代发展的潮流，重新焕发青春。克里斯汀·马吉德将集团从巨额赤字中解救出来，重塑了这个“20世纪儿童玩具”制造商曾经的辉煌。

第7章 市场和产品的平衡 113

* 安德斯·纳森邦·奥陆福森音响公司

邦·奥陆福森公司是丹麦的音响生产企业，由于过度注重产品品质而逐渐失去了原有的市场。其产品追求完美品质，但是价格贵得惊人，顾客寥寥。本章揭示了总裁安德斯·纳森通过怎样的努力，让家族型企业开源节流，平安度过阵痛的转型期，最后扭亏为盈。

第8章 私营企业，公共服务 123

* 吉拉德·梅斯达累特苏伊士-里昂水务公司

作为私营企业，苏伊士-里昂水务公司承担着与国计民生密切相关的水处理、生产饮用水等公共服务职能。究竟如何调和盈利与提供公共事业服务之间的矛盾，如何在追求企业利益的同时承担相应的社会责任呢？总裁吉拉德·梅斯达累特将告诉我们答案。苏伊士-里昂水务公司的做法展示了私营企业怎样经营公共服务业。

第9章 生命第一 135

* 瓦尔·谷丁保柏保险公司

在拥有完善国家医疗保险制度的英国，私营医疗保险公司——保柏公司，应如何发挥自己的优势，求得生存并不断发展？瓦尔·谷丁展示了她是如何重整私人医疗保险市场，使公司在夹缝中生存和发展的。

第10章 领跑新型组织 151

* 吉姆·摩根应用材料公司

这是一家处于IT企业身后、提供芯片制造设备的巨人。应用材料公司应如何平衡客户之间的竞争，如何适应飞速发展的技术，如何保持自己的领先地位呢？吉姆·摩根详细研究了日本的电器生产战略，出版了一本书。书中描述的全球战略，其基础是使东方和西方文化进行对话，已经被亚洲各国的企业广泛借鉴。

第11章 互联网环境中的商业生态系统 169

* 迈克尔·戴尔戴尔电脑公司

戴尔电脑公司尽管是电脑行业的后来者，但是已经成为在互联网上直销电脑的成功企业。“戴尔直销模式”使戴尔电脑成为最成功的个人电脑销售商之一，在其直销网站上，每个消费者都有自己的“个人页面”。让我们看看首席执行官戴尔是如何巧妙调和以下矛盾的：广泛的客户群与深入的、个性化的客户关系；低成本产品与高端产品；面对面

销售与互联网销售。

第12章 全球品牌，本地运作 185

* 施振荣宏电脑公司

宏公司的施振荣展示了以传统中国模式经营的企业，是如何通过坚持价值观而赢得国际市场份额的。中国企业文化的特点是重视人际关系，强调集体主义和团队成功，认为理性和自律是领导者的重要素质(情感内敛)。本章介绍了施振荣如何成功调和企业文化环境下的特有矛盾。

第13章 经历经济转型的考验 203

* 谢尔盖·基里延科俄罗斯前总理

本章介绍了矛盾理论模型中的极端例子。持有不同价值观的极端力量可能造成毁灭性的破坏，甚至导致战争。谢尔盖·基里延科在任俄罗斯总理之前，曾接管各利益方矛盾极为尖锐的诺斯石油公司。他通过采用积极的措施改善人们冷漠的状态，促使石油供应商、政府税务部门、债权人、贷款银行和工会等各利益方之间一对一相互谈判，从而巧妙地化解矛盾，使互相争斗的利益方互相理解，分享利益。

第14章 建立新企业精神 217

* 埃德嘉·布隆弗曼希格拉姆公司

当老牌企业面临市场的巨大挑战时，其创建时的价值观和行为模式也许已经过时，甚至阻碍企业的发展。企业需要建立新的价值观，围绕新价值观建立新的企业文化和行为模式，从原来的强调个人成功、企业家精神、权威、工作自豪感和个人关系向新文化过渡，包括团队合作、创新、正直和对消费者的关注。本章讲述企业是如何通过改变价值观，实现企业的转变的。埃德嘉·布隆弗曼通过各种对话和沟通，使所有成员都认同企业新的价值观，从而成功实现了企业的转型。布隆弗曼成功的诀窍是持续沟通，同时监控最终结果。

第15章 既继承也变革 239

* 卡尔·伍斯汀喜力啤酒集团

企业的领导人已经意识到，如果不进行变革，曾经使企业自豪的“成功”将不再继续。不等危机降临，喜力啤酒的首席执行官卡尔·伍斯汀进行了积极的变革，化解了潜在的危机。他告诉我们如何调和三大主要矛盾：快速增长与股东利益的矛盾；高档品牌的全球性产品与廉价的地区性产品的矛盾；传统的与创新的产品和市场之间的矛盾。

第16章 重生的挑战 251

* 胡戈·列维克荷兰银行

作为董事会主席，荷兰银行的胡戈·列维克进行了积极的变革，消除了潜在的危机。他必须领导企业进行关键的转变，必须处理好以下矛盾：维持现有业务还是领导一次改革；处理熟悉的问题还是发现新问题；利用已成功模式还是建立新模式；注重区域领导权还是跨国界领导权。

第17章 与顾客紧密联系 261

* 大卫·科曼斯基美林证券

本章介绍了身处不断变化的金融服务行业的企业——美林证券，其证券交易业务在互联网时代却遭到了其他企业低手续费网上交易的冲击。究竟是和网上交易一决雌雄，还是也拓展网上交易业务？美林证券必须妥善解决的矛盾包括：向客户提供低成本的数据和服务，还是提供信息丰富、高附加值的服务；注重客户的个性，还是注重发挥美林证券全球团队的实力。

第18章 国际化过程管理 275

* 基斯·斯多姆荷兰AEGON保险集团

荷兰AEGON保险集团被卷入了世界性的收购浪潮。究竟应该收购其他企业还是被其他企业收购？它能管理好它收购的国外业务吗？

第19章 企业王朝的创新 285

* 拉荷米·克格克格集团

本章介绍土耳其的著名家族企业——克格集团。该企业拥有的电厂的产值，占土耳其国民生产总值的6%，土耳其全国11%的税收来自于克格集团。克格集团被业界称为土耳其的“第三战线”。

第20章 带领企业变革 297

* 马克·穆迪-斯图亚特爵士荷兰皇家壳牌集团

本章通过荷兰皇家壳牌集团的案例，阐述跨国企业如何处理好其本身的企业文化与各分支机构所在国当地的企业文化之间的冲突，从而使企业摆脱困境。

第21章 以事业为家与以家为事业 311

* 斯图亚特·伯克温、蒂姆·莫里斯和高登·比立基

本章讲述了三个家族企业崛起的故事。一粒树种是怎样长成参天大树的？什么样的困境扼杀了很多小型企业？怎样在发展的前期“呵护”小型企业，以便它们能够跨过最初的几道难关？三位领导人分别讲述了各自的故事。

第22章 21种领导模式赢得跨文化竞争 333

本章对前面所有的案例进行了总结和提炼，总结了21位领导人如何使用文化维度，巧妙调和他们遇到的各种矛盾，化解冲突，冲出困境，再创辉煌。

· · · · · (收起)

[21种领导人 下载链接1](#)

标签

管理

领导理论

评论

[21种领导人 下载链接1](#)

书评

[21种领导人 下载链接1](#)