

从不竞争



[从不竞争_下载链接1](#)

著者:林军

出版者:中信出版社

出版时间:2010-4

装帧:平装

isbn:9787508619309

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。

作者介绍:

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。

目录: 前言

序一创业者的特质与企业的DNA

序二7天的“函数式”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／5

郑南雁的三次选择／9

如果没有遇上何伯权／13

用互联网成就经济型酒店另类品牌／16

第二章 先人后事7天形成5人梦幻创业团队

师弟林粤舟／24

7天最开始三家店入住率不到40％／26

开路先锋李春田／28

来自500强的运营总监韩俏帆／31

从荷兰某跨国公司归来的黄骥／34

专业能力、职业能力和敬业能力／37

君子和而不同／39

对于离职者从不挽留／42

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／48

7天靠垂直切割区隔星级酒店／50

7天房间的垂直切割／52

7天垂直切割也做加法／54

7天如何做差异化／56

7天内垂直切割无处不在／57

垂直切割并非郑南雁的独创／60

7天内垂直切割何以大行其道／62

第四章 7天的红旗插遍全中国

杀出广东去／68

黄骥的“孙膑赛马”策略／70

四维评价选物业／72

抢物业，以情动人／75

星星之火从长沙燎原／76

挺进北京上海／79

零加盟帮7天再度开疆／81

第五章 “放羊” 放出公平和效率
店务部时代／89
放羊式管理的提出／91
矩阵式管理／93
STEP模型／96
放羊式管理和四线支持／98
让店长主动起来／99
“执政官”和“立法会”／102
第六章 得店长者得天下
经济型酒店都在闹店长荒／108
怎样的人是合适7天的店长?／110
怎么找到这些店长们?／111
怎么培训这些准店长们?／113
7天店长的淘汰制／115
内部流通和7天传奇／116
飞翔计划／118
第七章 电子商务
信息系统助力7天扩张／126
呼叫中心订房比例越来越低／129
实时预订，CEO也没有特权／131
无处不在的7天／133
BBS的妙用／135
用sNS作自品牌传播／137
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／144
成立7天会／145
调整积分政策激活会员／148
分发法宝与会员形成互动／150
储值系统／153
7天价值在会员上?／155
第九章 2008年，7天曾与IPO擦肩而过
吴海兵的2008／160
2008年年初的IPO计划／163
偶遇英联投资，重开融资大门／165
重新打了鸡血／168
第十章 每个7天人都是品牌大使
找到合适的人／175
坦诚的CEO最可爱／176
进退何以如此有序／178
无为而有为／180
做一家比沃尔玛更创新的公司，182
让每个7天人都成为7天的品牌大使／184
后记／187
．．．．．(收起)

[从不竞争_下载链接1](#)

标签

商业

管理

从不竞争：7天连锁酒店自动自发成长法则

连锁酒店

公司案例

经济型酒店

创业

企业史

评论

对经济型连锁酒店开始感兴趣 加上这个CEO有点帅 哈哈 书还成吧 感觉就是团队好 运气好 融资及时 信息系统很重要。。。 嗯 还有一张会员卡

与所有奋斗在连锁行业的同仁们共勉！

放羊管理,垂直切割,会员制推广,

好题材写成这样！ ++

连锁经营，标准化是基础，信息化是灵魂！

有些地方很感兴趣，但点到即止了，吊胃口。

七天 真是人才啊 一个很杰出的简单管理的企业，让我想到阿尔迪，西南航空，7-11，还有zen 读到107页

5年上纽交。。。额。。。彪悍的人生额。。。

[昔时所看] 7天：成本控制、IT信息化、店长授权

7天的“矩阵式管理”很吸引人....

成为7天的会员 你就能拿到这本书~~~而没人想翻看它。。。哎
于是这本书成了厕所专用...

感觉整本书跟软文一样

自发 放羊 标杆流程

算是讲出了经济型连锁酒店的典型，但是广告戏份略多，把7天团队捧上天了。

挺简单件事儿车轱辘话来回来去的说，简直有我毕业论文的感觉

哎，可惜了七天这个名字。我上课都在干些什么啊。

公司让看，浏览了一半

不已让客户获得更好的体验为己任，不已让业主获得更丰厚的回报为己任，更不已让店长不断的提升工作技能为己任，通过放羊式管理最终成为被收购的对象，这样的品牌和企业不值得尊重！

故事应该比较精彩，可以作者写的不好！还是季琦的如家和汉庭的故事更精彩！

一般般

[从不竞争_下载链接1](#)

书评

短短五年，从艰辛创业到纽约挂牌上市，本书讲述了7天如何从一个不被人看好的模仿者，一跃变为中国连锁酒店的第一品牌的历程。这其中，不仅包含了作者对7天连锁酒店CEO郑南雁及其创业团队的全面赞扬，同时也通过对7天的细致描写，揭示了现如今经济连锁酒店经营的些许要...

换一个角度来看创新，有点类似热力学第二定律的意思。当有外力将某些资源，从低产出状态转移到高产出状态的时候，创新就在这个过程中发挥作用了。企业家之作用就在于此。企业家是一个函数，输入为某特定资源，包括人力、房产、设备、耗材等等，而输出则是体验、产品。无论科技...

文：许开放
午后一场大雨走过，阳光透过窗帘雀跃的凌乱着，顿感久违的舒适，忽想起公司出版了

一本关于7天成长法则的书--《从不竞争》，领导还要我们认真的读一读，写写读后感，如此难得闲适的下午，一杯绿茶和窗外不时的阵阵凉风伴我狂奔在《从不竞争》的海洋。 ...

有些东西还是值得人学习的，不同人生阶段，不同社会背景，就要做出不同的抉择。厚积薄发！

从放弃铁饭碗到放弃职业经理人，其实都是有更好的机遇。当然功力深厚是基础。从不竞争其实是遍地是竞争，一切都始于价格战亦止于价格战，通过大量的融资，一次占领一个片区的市场，通...

核心点：创始人->团队-->市场定位-->市场扩张-->酒店管理->站长培训->IT系统->会员运营； 1. 团队成员对酒店背景不强，但对于市场把控和独挡一面都有非常高的能力；（开放独立的思考模式，从下到上的反馈跟进，不是金字塔结构管理） 2. 市场定位从开始就...

这本书出乎我的意料，是企业史中不错的一个典范案例，虽然写的还是浅了些，但是完整。由林军下笔，功力还是有的。

过去十多年的连锁酒店行业与互联网行业绑定快速。在中国快速发展，快速城市化，商业化快速渗透的十多年间，互联网和连锁酒店一起繁荣生长。互联网和连锁酒店都...

郑南雁的个性鲜明：聪明、率真、乐观、通透。其IT专业背景深厚，又有政府机关、小本创业、大企业主管历练而成的综合素质。几年来，他把自身充满优势的个性特质不断复制、不断张扬并影响到整个7天的团队、7天的管理乃至升华为7天的企业文化。同蓝海战略重点通过外部竞争的分析作...

研究企业的人都知道：一个新行业的早期往往是一片“蓝海”，这个时期市场规模虽小，但竞争者少，成长空间大；当这个行业因为逐渐扩大而不断引来新进者时，便会进入“红海”时期，这个时期竞争者互相厮杀，血流如洗。曾经的手机业、彩电业、空调业都经历过这样的时期。而自“锦...

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应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，在竞争的荆棘中匍匐前进将不再是创业者唯一可...

企业的“自传”，这本算不错的。
印象最深的是“逆向定位+垂直切割”，对于客户而言，方方面面的好是不现实的，将企业有限的资源集中在对客户最能产生价值的地方。
例如七天酒店，房间小、位置也不是最佳，但是床却是最舒服的（事实上经济型酒店，床最重要）。满足客户的核心...

[从不竞争_下载链接1_](#)