

同的一点是他们打破了部门与部门之间的界限。在很多公司,大的部门成为其心脏地带,令人羡慕。信息往往是自上而下的,较少是横向地流动。将设计作为其整体和动力中的一部分的公司,其特点就是他们创造了一个团体,每人都参与其中。市场、财务、工程、设计、生产,都为着一个共同的目标而工作。

Olivetti 公司的产品开发部门有为顾客服务的义务。福特公司吸引供应商参与经营,信息和建议传播到所有职能部门。你甚至不能简单地断言,市场研究就是市场研究员的事,设计就是设计人员的事,诸如此类。在丰田公司,设计人员可以每年有6个月的时间不在公司。他们拜访顾客,驾驶性能优越的汽车在异国的高速公路上任意驰骋,在商店门外同妇女谈论他们的车,从而获得第一手资料。

归纳起来:1、设计不仅仅是把东西搞得漂亮;2、工程师和设计人员之间不应有分界线;3、如果你想得到获胜的产品,你就得时刻想着它;4、设计不是某个人的职业而是团体行为;5、你在哪里发现顾客,你就会知道该做什么,并找到评判它的标准。

成功的设计和开发的速度是惊人的。在索尼公司,从一个想法到一件产品只需6个月。Brother 公司生产出了第一台小型电子打字机,但在他们开发出一种新产品后,管理者们只希望维持4个星期的市场领先地位。在美国,也可以听到同样的事情。Hewlett Packard 公司一周之内可以推出八种新产品。

不断地开发新产品,要求公司在如何看待自己的业务和如何去组织实施等方面进行革新。有一点是可以确定的:旧的方式,即使曾是成功的,今天也不灵验了,速度是咄咄逼人的。但有一点却令人略觉茫然:并非所有的新产品都是真正的“母本”,很多是改进项目。1986年,日本开发了约2万种新产品,但其中只有2%是完全的创新或者用了名副其实的新牌子,而大多是改进品,或者为迎合不同的、零散的市场而进行改头换面的产品。改进产品虽能拢住顾客,但毕竟不能仅靠此进行设计。好的设计符合实际,完全体现了目标的需要。它应该是富有想像力的,并能推动生活前进。如果设计良好而公司又很幸运的话,那么,它就能打动人们的心,满足他们的需求。这样,你就有成功的希望。

关贸总协定思考题(之七)

- 一、什么是国际贸易中的非关税壁垒措施?
- 二、什么是进出口数量限制?
- 三、什么是进出口许可证制度?
- 四、什么是国际贸易中的技术壁垒措施?
- 五、为什么说政府采购行为有可能会形成贸易障碍?
- 六、为什么说海关估价有可能会形成贸易障碍?
- 七、为什么说装船前检验有可能会形成贸易障碍?
- 八、为什么说实施原产地规则有可能会形成贸易障碍?
- 九、为什么说外汇管制有可能会形成贸易障碍?
- 十、什么是自动出口限制?