

<<联想教父柳传志>>

图书基本信息

书名：<<联想教父柳传志>>

13位ISBN编号：9787802444201

10位ISBN编号：7802444209

出版时间：2009-1

出版时间：现代出版社

作者：彭征，袁丽丽 著

页数：256

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>

## <<联想教父柳传志>>

### 前言

一直以来都很羡慕那些成功的商业英雄，惊叹他们取得的辉煌，觉得在鲜花和掌声簇拥下的一刻一定是人生最美妙的瞬间。

在群星云集的商业界名人中，我最钦佩的是改革开放以来中国第一代企业家柳传志，被称为“联想教父”的他造就了一个行业的神话。

出于对企业家的崇拜心理，我跟踪研究联想和柳传志已近十年，但第一次真正听到联想内部人士谈柳传志的事迹是在2005年，那是个夏末秋初的季节。

## <<联想教父柳传志>>

### 内容概要

一个意气风发的年轻人，经历了中国的动荡年代磨去了自己的锐气，在沉默中爆发了自己的力量，用20万元艰难创业，历经20多年披肝沥胆、呕心沥血的经营，造就了举世瞩目的联想集团，柳传志用他的睿智与汗水演绎了一段荡气回肠，跌宕起伏的传奇人生。

本书是迄今为止第一部完整记录柳传志创业历程的图书，生动活泼地展现翔实有趣的细节故事，还原这位传奇色彩偶像的传奇人生 启迪并激励这个伟大时代中国亿万青年的奋斗激情与梦想。

改革开放以来中国第一代企业家柳传志，被称为“联想教父”的他造就了一个行业的神话。本书侧重于柳传志本人的成长历程，勾勒出立体的、生动的柳传志，展现他百折不挠的毅力、临危不惧的果敢、爱国悯人的情愫、重视人才的柔情、壮志不已的激情、立意高远的眼界……

<<联想教父柳传志>>

作者简介

彭征：青年学者，财经图书作者，管理学博士，现任北京广天响石企划机构副总编辑，为2006年度和2007年度中信出版社财经畅销书作者，著有《谁认识马云》、《巨人不死密码》、《华为教父任正非》等财经类图书。

## <<联想教父柳传志>>

### 书籍目录

作者序第一章 告诉你一个真实的柳传志 第一节 英雄老柳：集众誉于一身 第二节 “教父”老柳：联想帝国的一杆旗 第三节 细品老柳：独领风骚的“撒手锏” 第二章 此间少年：从青涩少年到计算机所的谦虚小伙子 第一节 坎坷求学路 第二节 革命风雨中的从军岁月 第三节 计算机所的英俊小伙 第三章 创业时代：筚路蓝缕寻出路 第一节 回眸：联想的诞生 第二节 远见：打开香港的那扇门 第三节 期盼：带来一阵春风的“神奇人物” 第四章 中关村风云：攻城略地的岁月 第一节 独步云间：高科技之路 第二节 闭门造车：培养“斯巴达克斯”方阵 第三节 转折年代：联想握住了未来的脉搏 第五章 这个冬天有点冷：柳传志的困惑 第一节 痛斩马谲：倪柳之争 第二节 旧病新痛：出人意料的爆发 第三节 寻找过冬的“火炉” 第六章 “曲线救国”：与跨国巨头之间的厮杀 第一节 生当做人杰：“斗志”与“斗智” 第二节 山雨欲来：一场惊心动魄的阻击战 第三节 大浪淘沙：互联网战略 第四节 “诺曼底登陆”：成功收购IBM 第七章 命运交响曲：柳传志的分合之术 第一节 前奏曲：联想“南北会师” 第二节 曲中曲：生死抉择的分拆 第三节 曲终曲：平稳过渡成帝国 第八章 联想梦想：我要飞得更高 第一节 “我在联想二十余载” 第二节 “令人心动”的二次创业 第三节 联想狂飙：风景这边独好后记

## &lt;&lt;联想教父柳传志&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 告诉你一个真实的柳传志 第一节 英雄老柳：集众誉于一身 改革开放30年来，在曾被外资力量把持的零售、通信制造、网络等行业里，成长和涌现出了一批优秀的本土企业家。柳传志就是这样一位教父级的企业家，他带领中国企业探索出了一条非凡的成功之路，向世界彰显了中国企业家的强大力量和独特智慧。

他的胆识、眼光和境界，能成为后来者的榜样；他所经历的困境、遭遇过的坎坷、付出的代价，都能成为后来者的借鉴与参考。

柳传志就像是这个时代的英雄，演绎着一个又一个商业神话。

1. 中国第一代企业家中的王者 柳传志作为改革开放以后中国的第一代企业家，不仅仅创造出了巨大的有形资产，同时还创造出了一笔无形的财富，他无愧为中国企业家中的王者。

回顾中国的企业家成长史，中国自1978年改革开放以来的企业家，按年龄长幼和成就早晚，到今天大概可以排出3个年龄方阵：50岁至65岁的，第一代企业家；35岁至50岁的，第二代企业家；20岁至35岁的，第三代企业家。

在第一代企业家中，柳传志是当之无愧的一位王者、领跑人。

2007年，中国品牌研究院发布了《中国个人品牌价值百强榜》的新榜单，柳传志以14090万元的个人品牌价值排在总榜第一位。

紧跟其后的张瑞敏以13910万元位列第二、马明哲以13610万元的个人品牌价值位列第三名。

中国个人品牌价值是如何评出来的呢？

它的标准是什么？

中国品牌研究院院长郑展威解释说：“2007年，评价指标主要是个人创富能力高低，个人创造的个人财富和社会财富越多，品牌价值越高。

”个人品牌价值以创富能力高低为主要评价指标，柳传志作为一个充满敏锐商业眼光的资深企业家，稳居价值榜首位，可以说他是当之无愧。

柳传志带领着联想，从20万元起家的小企业发展到现在资产在170亿元以上的国际大企业，他为中国创造了巨大的财富，同时联想企业中有员工一万多人，柳传志为这些人提供了就业的机会。

2005~2008年，联想更是从众多的企业中脱颖而出，成为了国际奥委会全球合作伙伴，又一次让世人看到了一个独特的联想。

2008年《财富》排名联想入选500强。

这一年联想的年营业额是170亿美元。

柳传志创造的财富也许不仅仅体现在数字上，“联想”品牌就是一个无形资产，很难用数字来衡量。

难能可贵的是，柳传志作为中国的第一代企业家，在活跃商界20年之后，仍然保持行业领头羊地位，在中国商业界中，能够做到这一成绩的人已经没有几个了。

更为难能可贵的是，他在造就了一个大企业之后，依然保持儒雅谦逊的风尚，能够平易近人。

这一点为许多的企业家树立了榜样。

接触过柳传志的人都会有一种感觉，那就是柳传志不是一个高高在上永远傲视一切的狂人，而是一个慈祥和蔼的认真“老头”。

有一次，哈佛大学商学院一位尚无名气的年轻教授想访问中国的几个著名大企业，他在中国找了一个委托人帮他联系安排。

当委托人拨通了柳音。

柳总十分明确地同意协助，安排接待。

后来他又让助理进一步联系委托人，索要详细的背景资料和具体的访问行程。

实际上，对于联想这样一家上市公司，这样的访问请求，不论是政府官员还是基金经理，应是十分频繁的。

柳传志能够以女口此谦虚友好的态度来安排一个自己从来不认识的外国人，他向人们展示了他的谦逊，他白勺温和。

## &lt;&lt;联想教父柳传志&gt;&gt;

这样的精神势必影响着中国后来的企业家，也许在以后中国的企业家中会成长出许多像柳传志这样的恭而不骄，温而不亢的人。

2. 中国高科技产业的民族英雄 1993年中国开始大举放低了PC机的进口关税，国外PC品牌纷纷抢占中国市场。

中国的很多电脑制造商，刚刚与国外电脑公司交手，就败下阵来。

不久，中国的很多电脑制造商不是把自己卖给了国外厂商，就是和国外厂商合作，放弃了自己的品牌，中国的自产微机面临着灭亡的地步。

在这个危急的时刻，柳传志站出来大义凛然地说：“我们办企业为了什么？

要不是为了国家，那我们还做什么。

联想要做中国自己的品牌。

” 柳传志举起了民族计算机工业的大旗。

一路走下来，联想经历了太多的磨难，但是联想一直没有放弃要重建中国的民族计算机事业，也因此柳传志被看作中国高科技产业的民族英雄。

管理学大师德鲁克在《公司的概念》一书中写到，美国商业社会的特征，不仅由大公司的组织形式、大规模生产的技术决定，还将由第三点因素决定，那就是：大公司在多大程度上实现了社会信仰和希望。

作为一个企业家有自己的营销方式并不是很特别，柳传志不仅有自己的营销方式，更多的是他把自己与社会的信仰和希望联系在一起。

联想虽然有拳拳爱国之心，但是柳传志很清楚地知道，那个时候的情况依然是很严峻，联想面临着前所未有的挑战，联想不能仅凭勇气取胜，联想要积极提出应对的策略。

为了应对挑战，柳传志大胆起用29岁的杨元庆担任总经理，大刀阔斧地重整联想微机事业部。希望通过微机事业部，在激烈的计算机市场竞争中，闯出自己的一片天地。

在接下来的两年，柳传志和杨元庆两个人惺惺相惜，谋划未来的对策。

一方面，柳传志让杨元庆加强与经销商的关系，裁撤了100多名的直销部门，成立了18人的代理部门，从此不再与经销商抢单。

另一方面，两个人又谋划价格战，以“低价政策”，推出了最新型的奔腾计算机抢攻市场，结果化险为夷。

1996年，联想首次超越国外品牌，市场占有率位居国内市场第一，并持续6年稳居榜首。

联想品牌开始根植在中国用户的心中。

1999年联想电脑以8.5%的市场占有率荣登亚太市场PC销量榜首。

柳传志再一次凭借着自己的勇气、智慧和毅力，在困难重重的环境下，为中国高科技产业杀出一条血路，造就了中国商界史上一段传奇故事。

柳传志成功了，媒体的报道浩如烟海，他满脸笑容的在花环和掌声中迎接辉煌。

从此，在中国高科技产业的发展史上，柳传志占据着一个独特的位置。

今天，当我们在一个宁静的氛围中面对他，用冷静的心态深谈的时候，我们似乎有一点后怕，我们很难想象当时要是没有柳传志，中国的PC机将向何处发展。

很客观地说，柳传志确实创造了一个中国高科技史上的神话…… 3. 联想的代名词 柳传志对于联想，是一个创始人，但更多的时候是企业的精神支柱。

《中国企业家》杂志评价柳传志说：“柳传志完美的战略家生涯使其自然而然地成为中国企业的‘教父’。

” 《商业周刊》曾高度评价柳传志说：“柳传志已经把联想发展成中国的第一国际知名公司，联想公司目前是中国主要的电脑生产商。

在中国的市场份额的争夺中，柳传志击败了惠普、康柏、IBM：等品牌，现在控制着中国国内市场的21.5%。

” 在中国，谈IT业不能不谈柳传志，柳传志已经成为中国IT企业的一种符号。

当说到中国的中关村时，柳传志更是一个知识型的英雄，以至于他成了联想集团的代名词。

人们推崇他，、因为他每个阶段都有不同的商业模式，而且调整应变的速度很快，随时可以转大

## &lt;&lt;联想教父柳传志&gt;&gt;

弯。

回顾联想的历史，柳传志是和联想的发展同呼吸共命运的。

从1984年年底柳传志满怀欣喜地开始创立联想，到1994年联想脱胎换骨；从1999年制定进军世界500强的目标，到2001年柳传志对联想进行了分拆，把具体的经营业务交给了自己的两个下属，让联想这个企业帝国实现了平稳的过渡；从2002年柳传志首次大胆地提出联想要做GE式的企业，到2003年联想更换标识应对国际化；从2004年联想收购IBM的PC业务到2008年联想挺进500强，柳传志坚强而略带深邃的面容，对于联想来说越来越有意义。

翻开联想的历史，满眼都是柳传志在艰难时刻挽狂澜于危机之中，救联想于覆巢之下。

创业以来，柳传志领导联想始终与世界IT业的领袖进行直接的斗争。

分拆以后，杨元庆接过柳传志肩上的重任，在中关村的荒地上画下蓝图，开始了麻雀变凤凰的转变。这次平稳的过渡，让很多企业家都钦佩不已。

柳传志把自己的生命与联想联系在一起，他对联想产权、上市、转型等重大问题的把握和决策都淋漓尽致地体现了他的管理哲学。

联想的成功使柳传志几乎成了半个神，联想的员工把他当做兄长和父亲，中国的IT业把他当做获得世界认同和分享全球化的象征。

究竟柳传志的领导魅力何在？

他的经营秘诀是什么？

业界应该分享、传承怎样的“联想经验”？

也许更多的是柳传志身上流露出来的那种独特的气质，也就是柳传志向世人们展示出来的他本身是一个有雅量、能够做到摒弃前嫌、唯才是用的人。

凡是接触过柳传志的人都有一个同感，“他是一个有原则、天条不可触犯的领导，也是关爱部属、很讲义气的一个人。

”柳传志似乎也成了金字塔最顶端的商业领袖，这些人总能形成自己的一套理论，柳传志也有自己的理论，最著名的一个就是“企业管理屋顶图；理论”，他将管理看作一间房子，分为3个部分。这个理论在现在的市场上很是流行。

在影响半个世界的企业家中，沃伦·巴菲特曾经评价前GE总裁杰克·韦尔奇说：“杰克是管理界的‘老虎’，所有的CEO都想效仿他，他们虽然赶不上他，但是如果仔细聆听他所说的话，就能更加地接近他一些。

”今天，当我们用审视的眼光去看柳传志的时候，我们惊奇地发现，柳传志对于中国企业界，也有着沃伦·巴菲特所描述的效果，很多的CEO开始效仿柳传志。

在联想发迹崛起的过程中，柳传志以他对大环境特有的敏感，总能掌握运用在不同时期、不同政策下释放出的资源，做出对联想最有利的决策，这不能不让人们向他竖起大拇指。

他虽然已经不在一线工作，但是他的一言一行、一举一动仍然影响整个电脑行业，以及更广泛的领域。

他就是联想的代名词。

4. “亚洲最佳商业人士” 柳传志获得的“殊荣”很多，中国政府给予他“中国改革风云人物”和“全国劳动模范”。

2000年6月他被《商业周刊》评选为“亚洲之星”，2000年度“CCTV中国经济年度风云人物”。

2001年，美国《时代》周刊将柳传志列为当年全球最有影响力的25位商业领袖之一。

柳传志的排名在GE新主杰夫·伊梅尔特之前。

《时代》周刊对他的评价是：“制造电脑并不是柳传志事业成功的第一步。

他经过惨烈的‘文化大革命’，并跨越改革开放的浪潮。

他劝服了政府让他生产电脑，他是中国最挣钱的个人电脑商，他的目标是：‘今天在中国，明天在世界。

’”面对着《时代》周刊的评价，柳传志颇为豪迈地宣告：“能把我们联想放在这个位置上，中国经济在世界经济舞台上的分量越来越重是一个原因。

另外一个原因是中国企业家群体现在逐渐走向成熟，受到媒体和社会的关注。



## <<联想教父柳传志>>

” 作为一名商人，柳传志不仅让商界人士折服，也能令政界人士刮目相看，这不能不让我们钦佩他的能力。

柳传志收购IBM的Pc业务，曾经引起美国政界的惊讶和担忧。

2004年1月27日，中国外交部例行的记者会上，有人就“美国国会很担心中国公司购买美国公司会影响到美国的安全”进行提问。

## <<联想教父柳传志>>

### 编辑推荐

柳传志已经把联想发展成为中国的第一国际IT公司，在中国市场份额的争夺中，联想击败了惠普、IBM、康柏等品牌。

柳传志并没有休息，他正忙着把精力集中在更远的目标上。

——《商业周刊》 联想已成为首家收购全球驰名品牌的中国国有控股公司，且这样一桩交易引人注目，而且在心理上也意味着一次冒险。

——《金融时报》 柳传志是一个稳健的人，他从不做没有把握的事情，在没有真正搞明白新生事物之前，柳传志的脚是不会轻易迈出的。

——《中国企业家》 立意高远，隐忍以行，审时度势，与政治经济环境和谐共鸣，当是老柳魅力的内核。

——《新京报》 柳传志的确有人格魅力，大家都信服他的领导。

联想集团在他的领导下创造了中国IT业的奇迹，为中国IT业赢得了尊严，这是多么难能可贵啊！

——《21世纪经济报道》

<<联想教父柳传志>>

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>