

<<联想15年>>

图书基本信息

书名：<<联想15年>>

13位ISBN编号：9787801104007

10位ISBN编号：7801104005

出版时间：2000-09

出版时间：中国民航出版社

作者：朱怀江

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15年>>

书籍目录

联想集团简介

序言

第一章风起云涌：联想的创业历程

联想15年不是一个简单的时间段落，而是一场生生不息的创业革命。

在这场风起云涌的创业过程中，联想人从起点到制高点，都是一次次突破和冲刺。

为此，联想成功了，格外辉煌。

辉煌15年：联想之路

市场的激荡：联想的诞生与困境

超越中关村：“海外计划”的大胆运作

打造名牌：联想人有了自己的电脑

与资本对话：联想上市

世纪的转型：挺进互联网

第二章稳中求胜：联想的战略思想

联想15年来从不敢自我松懈，制定了五大战略目标，即坚持在信息产业领域内的多元化发展；坚持以中国市场为主开展业务；奠定工业基础，开展科研开发；加强子公司在研发中的推进作用；开辟股市融资渠道。

这些策略有助于把联想塑造成为真正有国际先进水平的高科技企业。

两点论：“一手托两头”

善于搭配：“瞎子背瘸子”

一流人才+电脑主机板：“田忌赛马”

进攻战术手段：“步步逼近”

占有市场份额：“枪棒子”

超越外企：“跟踪”策略

面向未来：因特同战略

什么都想要：卖电视机+建电视台+做电视频道

熊市牛船：“不在市场上造梦”

寻找出口：收购赢时通

第三章发展的动因：联想的管理机制

管理问题是企业发展的大事，是企业的灵魂问题。

联想的管理机制有一套自己独特的理论表述和实战经验，因为他们相信，没有好的内部管理，一切都无从谈起。

联想15年来的管理机制，是其取得一个又一个成功的基本前提和保证。

管理三要素：“搭班子、定战略、带队伍”

有序的组合与分化：管理的三大机制

体系特点：“一二三结构”

业务重组：两分天下

讲管理不讲人情

管理创新与企业运营

产权革命：分红权变股权

管理的进步决定企业命运

第四章市场意识：联想的经营哲学

联想15年来的最高经营目标是向核心技术迈进，通过掌握核心技术得到最高的利润。

<<联想15年>>

因此，走渐进式创新的技术道路成为联想15年的最为重要的经营意识。在这种经营意识的支配下，联想获得了成功！

做大的目标：“百年老字号”

总裁的原则之一：柳传志的三个不能“干”

总裁的原则之二：柳传志的三个能“做”

竞争之道：走“贸、工、技”之路

价值观念：“茅台酒质量二锅头价格”

强弱与大小：蛋糕原理

融汇性经营格局：“你中有我，我中有你”

保底市场：联想的生存基地

价格与效益：价格越来越低，企业效益越来越好

进军IT市场各领域：全面开花

营销策略：“主动出击，积极回应”

重拳出击：网络促销新方案

应用为本，四面出击

“激”战市场：产品、市场、渠道全面开花

向科技招财：成功配股十亿

艰辛的路演与成功的收获

网络现代化之路：新贸工技

第五章追求自我：联想的品牌策略

做一个国际型的品牌企业是联想的远期目标，也是联想15年来爆发出的雄心壮志。

当这样一个远期目标被认可之后，现实中的所有努力就有了价值。

联想的品牌是一天天打出来的，是一步步创新出来的，因为他们不愿在时间面前停留半步。

品牌的力量：把企业推销出去

神秘的代码：“联想1+1”

轻松走遍天下：“笔记本”的动感魅力

感受新经济：“天禧”电脑登场

概念营销：入门网站FM365

扩大规模：捆绑式销售

“联想科技品牌”：为他人产品贴上联想标签

包揽中国家庭“同事”：功能操作软件

掌上电脑联想占先机

中国软件志在“问鼎”

国产网络品牌：“全线网络产品”

锻造服务国际品牌：“让中国人用得更好”

营销思路：服务品牌化

勇于竞争：挑战国外品牌

清理观念：重新界定商用PC

第六章力量的源泉：联想的人才理念

人才是价值之本。

联想15年来对人才的高度重视，不是仅停留在几句理论口号上，而是表现在对人才焦渴的心理上和大胆用人的过程中。

联想常把合适的人才视为“1”，把可以伴随其后的人视为“0”，试图通过人才的优化与重组，产生人力资源的最大化。

联想15年来的人才理念，告诉了企业以人为本的价值形态和作用。

<<联想15年>>

以人为本：“办公司就是办人”
 充分利用人力资源：三种人才观
 凝聚与合力：“把嘴皮磨热”
 识别人才：“助跑几步才能摸到”
 培养人才：“缝鞋垫”与“做西服”
 合适的人才：“1”与“0”的关系
 人才竞争：“从赛马中识别好马”
 用人之道：提供“没有天花板的舞台”
 人才激励：金钱不是万能的
 高校寻才：壮大斯巴达克方阵
 造就领军人物：“火车跑得快，全靠车头带”

第七章生存的激素：联想的文化精神

联想企业文化的核心是：“把个人追求融入到企业发展目标之中”，在“求实、进取、创新”的工作价值观的感应之下，使每个人每一年、每一天都在进步。

最高的文化追求：“高举民族产业大旗”
 一种文化建设的手段：“人模子班”
 讲融入：把个人追求放在企业目标之中
 讲奉献：提倡集体主义
 讲竞争：“谁栽树，谁乘凉”
 讲拼搏：“把5%的希望变成100%的现实”
 讲创新：“吃着碗里的，看着锅里的，种着田里的”
 讲信誉：把信誉当做企业的商标
 讲服务：“客户效益第一，联想效益第二”
 讲质量：市场原则

第八章智慧的结晶：联想的成功经验

联想的成功是中国人的自豪与骄傲，正如全国人大常委会副委员长周光召在评价联想15年来的成绩时所说：“事实已经证明，联想所走过的路是成功的，是可以被国内其他企业所借鉴的，联想之路是时代之路，联想精神是时代精神。”

基本经验：1+3+5
 吐故纳新：企业新旧接替
 内部重组：增加竞争力
 企业创新：技术交钱
 把握商机：新世纪“全心服务”
 大众需要：联想电脑的定位
 适者生存：网络时代企业定位
 不断求变：锐意改革
 坚持自我：本土多元化发展优势
 生机勃勃：再造联想
 四通八达：因特网时代的经销渠道
 巨人行动：联想在互联网中做大事
 网络服务：“最大限度地降低用户的风险”
 联想眼光：电子商务的真相

第九章光明的憧憬：联想的启示与未来

柳传志在2000年誓师大会上满怀激情地讲道：有人把我们现有的规模和国外巨型企业相比说成是小炮

<<联想15年>>

艇对航空母舰，这一点也不过分；而如果把联想自己1985年的300万营业额和今年来相比，那就是个小木盆。

我们能用15年的时间把木盆变成炮艇，我们就一定能把炮艇变成航空母舰，而且也用不了15年的时间！

联想的同仁们，为了建造中国自己的航空母舰，努力吧！

志在未来：15年后，炮艇变航母

理性评判：挑战自我，主动应变

抓住机遇：紧扣经济脉搏

国际名牌：联想提出挺进500强目标

预测目标：联想发展远景

联想掌舵人：柳传志的影响力

附录 联想15年大事表

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>