

《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

出版社：中国民航出版社

作者：朱怀江

页数：400

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

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。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。

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

《联想15年》

精彩短评

1、01年，那是联想还是牛逼的少年，柳传志还是当家人。为柳传志立传的书，现在觉得，虽然忘了内容。

《联想15年》

精彩书评

1、对于联想而言，正确的认知要比无知的吹捧和无畏的批判更具有意义。关于联想的问题，欢迎到 <http://blog.sina.com.cn/quankercn> 去看看，还有相关的专业论坛 <http://bbs.quankercn.cn>，拥有国内最丰富、最多元的联想资料，内容用于研究联想~~我写了一本关于联想的书，有空去看看~书的连载地址：<http://www.17xie.com/book.php?bid=94077690>。特别是《亮剑》和《书说》两章特别适合你。

《联想15年》

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:www.tushu000.com