



焦点人物



■ 钱江

1.81米的身高,宽阔的肩膀,额头上棱角分明——有着出众外表的杨元庆平时温文尔雅,甚至有点腼腆。这个刚加入联想时,连话都说不清楚的中科大研究生,从一名普普通通的销售业务员做起,一路风生水起,华丽转身成为这家全球个人电脑市场领导企业的主人。

杨元庆的名字出现在联想的员工名单上也许是个偶然,但是从那一天起,杨元庆就与联想紧紧联系到了一起。有人说,杨元庆是个奇迹;有人说,杨元庆的运气好得出奇;也有人说,杨元庆有超人的悟性,再加上超出一般的刻苦,终于成就了人生的辉煌,也附着着将一家企业领到了巅峰。

初入职场 从销售业务员开始干起

1988年,研究生毕业的杨元庆为了找一块出国留学的跳板,来到了中关村,进入了联想。

那一年,联想从来自全国的500个应聘者中公开招聘了58名员工,杨元庆只是其中之一。当公司公布他的工作岗位是销售业务员时,计算机科班出生的杨元庆不免失落,他一边工作一边继续着“留学梦”。

4年后,杨元庆迎来了事业转机。

1992年4月20日,联想集团公布了一项新的任命名单,这个名单上有杨元庆的名字,他被任命为CAD(计算机辅助设备)部总经理。杨元庆不善于言辞,说话的时候带着口头语,总是有点吞吞吐吐,特别是在公开场合面对同事或下级讲话时,显得不够自信。他第一次做干部的时候,在会议上甚至都不知道怎样讲话。有不少在CAD部工作过的人后来回忆说,开完那次会议,很多人认为杨元庆不适合做领导。

但杨元庆有内在的潜质。也正是这次任命使得他的潜质得到充分发挥。杨元庆

杨元庆： 从销售员干起的“企业主人”

从惠普绘图仪的销售中,学会了除了零售和批发之外的另一种销售模式:代理和分销。杨元庆上任的这个月,联想CAD部与中关村的一家公司签订了代理分销合同。从此,中国IT业诞生了真正意义上的分销商。杨元庆以这种销售模式使得CAD的销售业绩持续上升,1992年比上一年增加了一倍,1993年又比1992年增加了一倍,由1991年的3000万元达到1993年的2.3亿元。

正是杨元庆在1991年到1993年负责CAD部短短两年时间里所取得的辉煌业绩,使他得到了联想创始人、联想控股董事局主席柳传志的注意,使柳传志在联想最紧要的关头,提拔他做PC部的总经理,将联想的未来也押在了他身上。

接过大旗 柳传志对其言传身教

在联想2000财年誓师大会上,柳传志将深蓝色的联想旗帜正式授给了杨元庆,伴随着这位缔造联想传奇的第一代导演正式谢幕的是:年轻的杨元庆开始登上联想的历史舞台,出任联想集团董事长。

杨元庆的成长离不开柳传志。柳传志教会了他如何做企业的管理人,这其中也包括如何妥协。

杨元庆有个特点,他认定有理的时候,在天大的压力下也不肯妥协——这让联想的一些老一代创业者不太舒服,以致造成了激烈的冲突。1996年年初的一个晚上,杨元庆和属下的高级经理奉命来到公司505会议室——联想很多决定都是在这个房间做出的。正谈笑间,大门洞开,柳传志走进来,坐在杨元庆对面,没有一句寒暄,劈头盖脸一通斥责泼向杨元庆:“不要以为你得到的一切是理所应当的,你这个舞台是我们顶着巨大的压力给你搭起来的……你不能一股劲只顾往前冲,什么事都来找我柳传志讲公不公平。你不妥协,要我如

何做?”杨元庆本觉得自己该说点什么,但刚说一句便当着众人失声痛哭起来。那一夜,杨元庆彻夜未眠。第二天,杨元庆桌上放了一封柳传志的信,在信中,柳传志除了坦诚地描述了对杨元庆的看法外,还表示将以“未来核心领导人”的标准要求杨。杨元庆很感激柳传志当年的一番苦心。在2004年他曾说过这样的话:“如果当初只有我那种年轻气盛的做法,没有柳总的那种妥协,联想可能就没有今天了。”

在IT产业一片萧瑟、寒风凛凛中,从2001年到2003年,联想跨出符合其身份的几步。杨元庆通过收购或者控股,分别利用厦华、汉普、智软、中望四家公司的力量,联想的业务也同时进入手机制造业、IT咨询服务、保险业软件和电信业系统集成四个领域。2003年4月借助lenovo换标之际,杨元庆将国际化的联想列为发展之重。至此可以说以“科技、服务和国际化”为特征的联想布局已现雏形。

收购IBM 直面中西方差异

联想中国总部大厅中有一个咖啡吧,员工食堂也供应色拉等西餐,但仍然带有浓浓的中国氛围:每天上午8:50,联想的“军歌”就会准时响起。自2004年收购IBM的PC业务后,联想北京总部发生了很大变化。

联想的这次收购,给杨元庆带来了新搭档:阿梅里奥。这个被杨元庆称为长得像列宁的原戴尔高级副总裁给联想注入了“西方因子”。

东西方文化碰撞,像预想的那样,西方“直截了当”的管理方式引起了不满。杨元庆和阿梅里奥迅速采取了措施,联想为高管举办了内容为如何在同事间培育信任的培训班。数以百计的员工参加了另外一个名为“东方遭遇西方”的培训班,内容包括东西方历史和宗教差异等。

与此同时,阿梅里奥和杨元庆这一对“东西搭档”成功地将联想打造成了多元化

品牌。联想的战略非常独特:不花巨额营销费用吸引美国等发达国家的用户,而是将目光瞄准了快速增长的发展中国家市场,例如印度、俄罗斯、巴西和土耳其,目前这些国家PC拥有量很低,但增长速度很高。联想的战略是复制在中国的高效PC销售业务。联想仍然是中国市场上的领头羊。同时,联想还向发达和发展中经济体的大企业销售ThinkPad品牌产品。联想在整合IBM的PC业务和增加销售方面取得了极大成功。

增持股份 变身企业的主人

当联想在2009年初爆出2008/2009财年巨亏2.26亿美元消息并进行管理层大换班时——创始人柳传志复出出任董事长、杨元庆则由董事长转任CEO,联想又被置于外界的放大镜之下。

2011年6月17日晚间,联想集团宣布,杨元庆已从联想控股购得7.97亿股的联想集团股票,其个人持有的联想集团股票占公司已发行股票的份额由此增加了8%至8.7%,花费约为31.5亿港元(约合人民币26.15亿元)。

针对杨元庆此次增持的资金来源,联想控股发言人桂琳表示,“资金来源是杨元庆私事,联想控股不作评论”。联想集团6月20日公布的2010/2011财年高管薪酬显示,联想集团CEO杨元庆在该财年薪酬达1188.7万美元,比自己的老板柳传志多挣844万美元。

如果以自然人持股来计算,应该没有谁比杨元庆持股比例更高。杨元庆当日的声明也称,感谢“柳总和联想控股”支持他做企业的“主人”。并强调,这一交易属于其个人投资行为,做出投资决定是“基于对公司美好未来的充分信心”。

有业内人士评价:从职业经理人到主要股东,杨元庆成为联想主人。这是在联想创始人、联想控股董事局主席柳传志的推动下,杨元庆由“职业经理人”角色变身为“企业的主人”的一大举措。

人物走廊



史玉柱:微博粉丝助掀再捐风

日前,微博粉丝突破300万的史玉柱再度宣布捐善款。据悉,早在去年,微博粉丝数量分别突破100万与200万大关之时,史玉柱就曾两次“替每位粉丝捐出一块钱”,对象分别为爱佑华夏慈善基金会和内蒙古呼伦贝尔市的少数民族孤儿儿童。“数额规则”则与前两回一样:达到多少粉丝就捐多少钱,这回自然是300万元。

而在日前公布了300万元捐款方案后,史玉柱又为“400万目标”埋下了伏笔,称粉丝达到400万时,将继续捐款。

与前两回不同之处在于,这回,他把“善款”去向的决定权交给了微博网友。

杨澜:卷入“假捐”风波

近日,郭美美炫富被指与红十字会纠缠不清一事闹得沸沸扬扬。而帮红十字会辟谣的杨澜,也被卷入了这场“假捐”风波。

据悉,此前,盛大文学华文天下图书公司出版总监马志明在微博上宣称杨澜“假捐”。为此,杨澜声明,各种支出都已向青基会报备。她个人未取分文,也没有领取其他经费。

直至26日,中国青少年发展基金会在官网上发布了关于杨澜希望工程捐款的情况属实后,马志明便在其微博上向杨澜致歉。

(本报综合报道)



实现老华侨遗愿 日本第一家“狗不理包子”开张



近日,据日本新华侨报网报道,日本第一家“狗不理包子”在位于东京池袋的西武百货店的八楼饮食街隆重开张。

在日的天津同乡会事务局局长李振溪称:“把天津‘狗不理包子’引入日本是已故老华侨——株式会社天津饭店的老社长、在日天津同乡会会长王克昌先生有生之年未能实现的宿愿。由于品牌专利等种种原因,王克昌先生多年奔波未果,抱憾而逝。”

据李振溪回忆,2007年,王克昌先生去世后,他的夫人王得子及子女们为了他的遗志,通过在日天津同乡会及天津市政府等多渠道与狗不理集团决策层接触。2008年,已年过80高龄的王得子和其家属在李振溪的陪同下,亲自护送王老遗骨魂归故里,当时受到了天津市领导及王克昌基金会领导的亲切接见和热情款待。在会谈之际,王夫人向天津市领导表示将不忘先人遗志,继续发挥促进两国友好交流的桥梁作用。2009年,王得子又携王诚社长等人再赴天津,拜会了狗不理集团的领导,正式提出双方合作将天津美食品牌推向日本的方案。经过双方周密的协商策划,2010年10月24日,天津狗不理集团董事长张彦森一行亲赴日本,与株式会社天津饭店正式举行了签约仪式。2011年6月2日,在天津饭店发祥之地的池袋西武百货店的八楼美食街,正式推出狗不理品牌。”

王诚表示:“日本第一家‘狗不理’店铺面积大约有126平方米,设有58个客座。为了迎合日本客人的口味,

除了传统的猪肉包子以外,我们还专门设计了海鲜包、蔬菜包、百年酱肉包,同时还提供其他正宗的天津菜和拉面供顾客们品尝。”

王诚神采飞扬地继续说道:“狗不理包子在中国可以说是家喻户晓,而在日本却几乎没有人知道。为此,我们在店门口摆放着大电视机,每天播放介绍狗不理包子历史的录像。同时,我们把厨房设计成开放式,客人可以隔着玻璃观看我们从天津狗不理总店特邀来的两名高级面点师制作狗不理包子的全过程。虽然开张才两个星期,平日的客流量已达到350人左右,休息日达到450人左右,成绩不菲。相信以后的客流量会更大。”

王诚像是看出记者心思似的,笑咪咪地说道:“我是一个百分之百的日本人,我原名叫‘贝塚诚’,是王

克昌的女婿。因为王克昌生前留下遗训,想要继承天津饭店的人,必须姓王,所以,我就把‘贝塚诚’改为王诚了。”

王诚对记者诙谐地解释道:“我改姓王后,名字不变,还叫‘诚’。‘诚’是由‘言’字旁加上‘成’组成的,用日语来解释的话,‘王诚’就是‘什么都是王家说了算’。”说罢,王诚,像个孩童般哈哈大笑起来。

最后,王诚庄重地说道:“我们的老社长王克昌1954年创办天津饭店以后,一直得到在日华侨华人的关照。我期待‘狗不理’今后也能继续得到广大在日华侨华人的关照。”(单国宏)