

让世界了解中国

GET TO
KNOW

CHINA

中国民族摄影艺术出版社

图书在版编目(CIP)数据

让世界了解中国 / 周岩主编. — 北京: 中国
民族摄影艺术出版社, 2005.12

ISBN 7-80069-705-3

I. 让... II. 周... III. 访问记—作品集—中国
—当代 IV. 1267

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 132315 号

让世界了解中国

开本: 889 × 1194(mm) 1/16

字数: 中文 90 千字 英文 10 千字

印张: 9.75 印张

页数: 152 页

图片: 206 幅

出版: 中国民族摄影艺术出版社

发行: 中国报道杂志社

印刷: 北京彩之虹印刷厂

版次: 2005 年 12 月第一版

印次: 2005 年 12 月第一次印刷

ISBN 7-80069-705-3/Z66

定价: (RMB)98.00 元

让世界 了解中国

GET TO KNOW
CHINA



卷首语

中国报道杂志社

《让世界了解中国》是一本记述中国精英们求索之路的文集。文集中这些财智人物，正在国际的舞台上展现着自己的风采，他们用一个个创举向世界传达着这样一个信息——21世纪是中国的世纪。这是一个伟大的缩影——全面建设和谐社会的中国释放出无穷的向心力，荟萃越来越多的全球经济文化财富和人类文明。

和谐与共赢使世界在中国本土化中收益，使中国在接受投资与国际化中发展。在《让世界了解中国》中，我们可以感受到在科技、教育、医疗、艺术等众多领域中越来越多的企业精英们创业的热情。

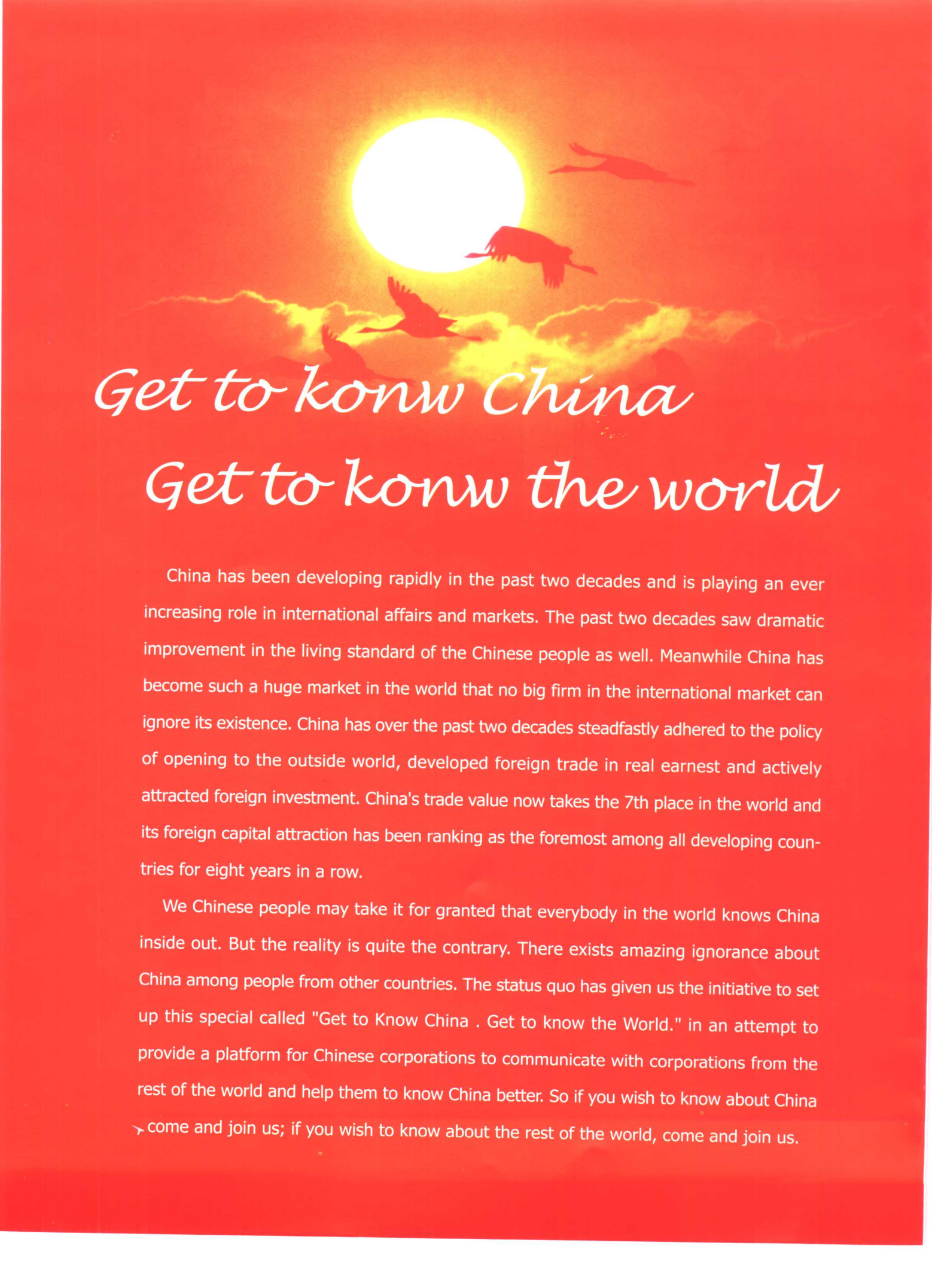
与经济财富结伴的是文化财富。在《让世界了解中国》中，我们可以看到古老的中华文明在新世纪的发展中焕发出崭新的魅力，人与自然和谐相处的东方思想精髓正成为人们的共识。中华文明伴随中国制造、奥运中国、中国精英走向世界，世界文明则又溯流而来。

《让世界了解中国》中的各个版块将为我们展开翅膀，去介绍宣传中国、报道传播中国、了解体验中国；去感受中国在经济上的崛起和文化上的伟大复兴；去饕餮这记载着中国腾飞的精神盛宴。

“政要连线”让你倾听中国发展的宣言；“走近中国教育”让你感受教育竞争力提升的震撼；“走向世界的中国女性”让你得到中国妇女自强不息的启迪；“品牌中国”让你领略品牌理念中的精妙；“古韵”为你打开中国古典家具艺术的大门……《让世界了解中国》所关注的正是世界所关注的。

对接中国经济动力、文化凝聚力、国际社会责任，三者的完美结合与统一，实为中国向心力之源，这就是中国脉搏——在世界与中国的连接点上强劲跳动！

聚首《让世界了解中国》，收获中国，收获世界。精英巨子们走向世界的心胸又何尝不是浓缩改革开放以来从挡在门外到请进来、从闭关自锁到走出去的来来往往。此时此刻，本土化与国际化，真的要在中国热土上找到亲如手足的连接点，这是明天的幸福所在。



Get to know China

Get to know the world

China has been developing rapidly in the past two decades and is playing an ever increasing role in international affairs and markets. The past two decades saw dramatic improvement in the living standard of the Chinese people as well. Meanwhile China has become such a huge market in the world that no big firm in the international market can ignore its existence. China has over the past two decades steadfastly adhered to the policy of opening to the outside world, developed foreign trade in real earnest and actively attracted foreign investment. China's trade value now takes the 7th place in the world and its foreign capital attraction has been ranking as the foremost among all developing countries for eight years in a row.

We Chinese people may take it for granted that everybody in the world knows China inside out. But the reality is quite the contrary. There exists amazing ignorance about China among people from other countries. The status quo has given us the initiative to set up this special called "Get to Know China . Get to know the World." in an attempt to provide a platform for Chinese corporations to communicate with corporations from the rest of the world and help them to know China better. So if you wish to know about China ➤ come and join us; if you wish to know about the rest of the world, come and join us.



政要连线

01 吴仪在中国妇女第九次全国代表大会闭幕式上的讲话(节选)

03 顾秀莲主席在第八届全国妇联执委会上的讲话(节选)

品牌中国

08 海尔以“三个转化”创世界级自主品牌

——访海尔集团首席执行官张瑞敏

10 PC—联想作为起点的回归

——联想集团侧记

12 改革是老字号活力之源

——访中国北京同仁堂(集团)有限责任公司董事长殷顺海

古韵—中式古典家具

16 中国家具行业：从“中国制造”到“中国创造”

——访中国家具协会理事长贾清文

19 百年龙顺成 飘扬在中式古典家具市场上的文化旗帜

——访北京市龙顺成中式家具厂厂长 胡文仲先生

26 “中而新”中式古典家具的必然选择

——访中国明式家具学会会长陈增弼先生

28 今风古韵 演绎现代红木家具之臻

——访香港佐丹诗木器制品有限公司总经理夏振南

34 友联—真金品质 缔造生活艺术

——访深圳友联工艺家私北京区域总经理潘海英

40 京龙古月轩 体味古韵情怀

——记北京京龙古月轩红木家具总厂

46 从“求真务实”看北京旅游业发展

——北京市旅游局

走向世界的中国女性

51 与时俱进 继往开来 开拓首都妇女儿童工作新局面

——访北京市妇女联合会主席荣华

54 开创“私人捐赠制度化”新纪元

推动社会“第三次分配”

——首个国家级私立基金会“香江社会救助基金会”成立

60 “凤凰”浴火 锻造中国非公办医院集团第一品牌

——访凤凰医院集团 (Phoenix Hospital Group) 董事长徐捷女士

70 从“求真务实”看北京电视台发展

建设“社会主义和谐社会”服务好“新北京、新奥运”

——访北京电视台台长张晓爱

76 成功的巨流 源头是脚踏实地的攀登

——记中企华资产评估公司精英团队

84 坐拥色彩王国的美丽主宰

88 “盛世兴业，盛世藏珍”打造工艺美术业新盛世

——访北京工美集团高颖维总经理

让世界了解中国

94 为社会撑起一轮不落的朝阳

——访北京太阳城房地产开发有限公司总裁朱凤泊先生

105 放飞蓝天雄鹰

——访北京蓝天航空科技有限公司董事长 靳东升

111 成长中寻求更高追求

——访北京中贸圣佳拍卖有限公司总经理易苏昊

116 奥瑞金 中国良种“金色之源”

——访北京奥瑞金种子科技开发有限公司董事长 韩庚辰博士

124 积极应对 战胜挑战 超越自我 争取主动

——访中国技术进出口总公司总裁蒋新生

130 ZPark 唱响中国软件业主旋律

——记北京中关村软件园

136 亚奥制氧 缔造“氧”生之道

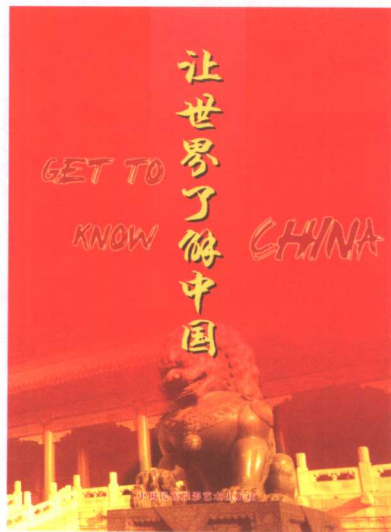
——访北京北辰亚奥科技有限公司总经理胡利生

走近中国教育

141 首都基础教育的旗帜

——中国人民大学附属中学

147 “钱学森班”揭开海淀实验中学发展新篇章



2005 中国报道——让世界了解中国

2005 CHINA REPORT

GET TO KNOW CHINA

编辑：中国报道杂志社

Editor: China Report

主编：周岩

Editor-in-Chief: Zhou Yan

副主编：赵燕

Vice Editor-in-Chief: Zhao Yan

执行主编：王昭

Executive Editor-in-chief: Wang Zhao

责任编辑：韩红 周祺

Editor: Han Hong Zhou Qi

美术编辑：郝伟

Art Editor: Hao Wei

<http://www.chinareport.com.cn>

特邀编委：（按姓氏笔画排名）

王庚民 刘彭芝 孙月焕 朱凤泊

杜进龙 易苏昊 胡文仲 胡古越

胡利生 夏振南 徐捷 靳东升

韩庚辰 蒋新生 潘海英



吴仪在中国妇女第九次全国代表大会 闭幕式上的讲话(节选)

过去的五年,我国妇女事业取得了很大的进步。在党中央、国务院的正确领导下,各级政府、有关部门以及社会有关方面认真履行职责,贯彻“男女平等”基本国策,保障妇女权益,推进了妇女事业的发展和进步。通过坚持不懈的努力,保障妇女权益、促进妇女发展的法律法规体系、工作业务体系和组织机构体系日益完善,基本形成了全社会共同关心支持妇女事业发展的工作格局。国务院在完成了九十年代妇女发展纲要主要目标的基础上,于2001年6月制定并公布了《2001—2010年中国妇女发展纲要》,明确了新世纪前十年我国妇女发展的主要目标和任务。各地区、各有关部门和社会团体也相应制定了地方发展规划和实施方案,基本形成了“三个结合”的妇女发展目标体系,三个结合的第一个结合就是国家发展纲要、地方发展规划和部门实施方案相结合;第二个结合是全国性目标和地方性目标相结合;第三个结合是终期目标和阶段性目标相结合。各级政府和有关方面认真实施妇女发展纲要,采取切实有效措施,加大工作力度,保障妇女获得经济资源和劳动就业的平等权利,维护女职工劳动权益和各项社会保障待遇,发展妇女教育和妇女卫生保健,建立并完善妇幼卫生保健服务网络,严厉打击危害妇女儿童人身权利的违法犯罪活动,妇女发展取得明显成效。

五年来,妇女在政治、经济、文化、社会和

家庭生活等各个领域的权利得到进一步实现。妇女参与国家和社会事务管理及决策的程度不断提高,参与物质文明、精神文明和政治文明建设取得新的进展;男女平等就业和女职工的劳动权益得到进一步维护;女性在各级教育中的比例上升,两性受教育年限的差距在缩小;妇女的卫生健康状况不断改善,享有计划生育的权利得到有效保障;妇女的人身权利以及在婚姻家庭中的地位和权益得到进一步保护。同时,我国妇女广泛参与国际交流与合作,全面展示妇女事业发展成就,日益赢得世界各国的理解、支持和赞誉。

实践表明,做好妇女工作,必须深入宣传马克思主义妇女观和“男女平等”的基本国策,营造尊重妇女的良好社会氛围;必须加强法制建设,制定保障妇女权益、促进妇女发展的法律法规;必须坚持用发展的办法解决妇女事业中遇到的问题,教育引导妇女提高自身素质,动员全社会积极参与。实践表明,依靠党的领导,强化政府职责,建立健全妇女工作机构,完善工作机制,是做好妇女工作的重要组织保障;不断加大政府投入,充分整合运用各方面资源,是做好妇女工作的物质保障;制定符合中国国情的妇女发展纲要和目标体系,并将其纳入国家的社会和经济发展规划总体规划同步实施,是做好妇女工作的有效措施。

当前,我国已全面进入建设小康社会,加快

推进社会主义现代化的新的发展阶段。本世纪前20年是我们必须紧紧抓住并且可以大有作为的重要战略机遇期。我国妇女事业既面临着良好的发展机遇,也面临着新的挑战 and 更艰巨的任务。我们一定要在“三个代表”重要思想的指引下,认清使命,抓住机遇,扎实工作,把妇女事业推向前阶段。下面我讲几点意见:

一、不断适应新形势的要求,进一步促进妇女的全面发展。长期以来,我国妇女工作积累了丰富的经验,形成了一套行之有效的思想理论和工作方法,今后要进一步继承和发扬。同时,要根据形势的发展变化,不断调整工作思路和工作方式。要把妇女事业全面融入国家经济社会发展的大环境和大格局之中,与经济社会发展同步推进,用发展眼光和国际视野去分析问题、研究问题。要围绕经济建设这个中心和改革发展稳定这个大局,研究社会主义市场经济条件下,妇女的自身发展和在参与社会进步中的地位和作用,准确把握妇女发展的趋势。要在全社会强化男女平等观念,进一步促进男女平等,要充分调动广大妇女的主动性、积极性,充分调动广大妇女的智慧和潜能,努力提高妇女的科学文化素质、思想道德素质和健康素质,促进妇女与经济社会的协调发展。

二、进一步解决社会反映强烈、关系妇女切身利益的突出问题。我们要清醒地认识到,受现阶段社会生产力发展水平的制约,我们还不能为妇女的发展提供充分的物质保障,特别是在农村地区,贫困仍是制约妇女发展的主要障碍;“重男轻女”、“男尊女卑”等封建思想和陈旧观念在社会上还有相当的影响;一些部门和单位性别意识淡薄,侵害妇女权益的问题屡屡发生;女性的受教育程度总体上低于男性,农村女童辍学、失学现象仍然存在;农村特别是贫困地区妇女卫生保健条件差、水平低;妇女在婚姻家庭领域受侵害

的问题依然突出,强奸、拐卖妇女等严重侵害妇女人身权利的犯罪活动在一些地区仍比较严重。这些问题必须引起各方面高度重视。我们要进一步开发适合妇女的就业岗位,开展针对妇女的就业培训和服务,提倡灵活的就业形式,引导妇女特别是下岗女职工转变择业观念,努力促进妇女就业和再就业。进一步落实女职工劳动保护的各项规定,推进生育保险制度,严厉查处侵害女职工劳动权益的违法行为。充分利用扶贫开发 and 西部大开发等政策措施,扶持和帮助农村妇女脱贫,提高她们的教育水平和卫生保健水平,认真解决女童失学、辍学问题。加强流动人口中妇女人身权利保障和卫生保健工作。坚决维护妇女在婚姻家庭中的权利,严厉打击各种暴力侵害妇女的违法犯罪活动。通过不懈努力,务求在解决这些突出问题方面不断取得突破。

三、引导广大妇女不断适应时代要求,塑造新时代女性的新形象。新时代的妇女要发扬自尊、自信、自立、自强的精神,解放思想,更新观念,开拓创新,勇于进取,在全面建设小康社会的伟大实践中作出贡献。要提高思想道德和科学文化素质,努力学习现代科学文化知识,增强业务本领和竞争能力,用自己的能力、水平和贡献来赢得社会的尊重。要继承和弘扬中国妇女的优良传统,倡导科学、文明、健康的生活方式,培养良好的职业道德、社会公德和家庭美德。

妇女的发展水平是社会发展的一个重要指标,也是衡量社会进步的重要尺度。做好妇女工作,促进妇女的发展是各级政府、有关部门、社会团体和全党全国人民的共同任务。让我们紧密团结在以胡锦涛同志为总书记的党中央周围,认真贯彻落实“三个代表”重要思想和十六大精神,与时俱进,扎实工作,为推动我国妇女事业的发展,为全面建设小康社会而努力奋斗!

顾秀莲主席在第八届全国妇联 执委会上讲话（节选）

我国妇女运动得到了长足发展，妇女发展取得了新的成就，妇女工作开创了新的局面。回顾五年来的妇联工作，我们坚持高举邓小平理论伟大旗帜，以“三个代表”重要思想为指导，自觉服从服务于大局，服务于妇女群众，认真履行职能，全面推进工作，完成了中国妇女八大提出的任务。我们初步梳理了一下，五年来的工作主要有这样六个特点：

第一，与时俱进，推进理论创新。

坚持解放思想、实事求是、与时俱进，不断发展马克思主义妇女理论，是中国妇女运动发展的迫切需要。五年来，我们高举邓小平理论伟大旗帜，以“三个代表”重要思想为指导，以党的理论建设成果为依据，以妇女运动的实践为基础，加大理论创新力度，积极推进中国特色社会主义妇女理论建设，初步取得了一些重要的理论成果，主要包括：一是进一步认识妇女解放与发展的长期性、艰巨性，把促进男女平等作为建设中国特色社会主义伟大事业的重要组成部分，并确立了社会主义初级阶段妇女运动的基本目标；二是把

积极参与全面建设小康社会作为现阶段实现妇女解放与发展的基本途径，主张把妇女发展纳入全面建设小康社会的总体目标，在社会主义三大文明建设中实现男女两性协调发展；三是把发展先进生产力作为妇女解放与发展的重要物质基础，主张大力开发妇女人力资源，保障妇女平等的就业权利，通过公共政策对社会资源进行合理分配，使更多的妇女成为先进生产力的创造者与受益者；四是把文明的社会文化环境作为妇女解放与发展的重要条件，积极倡导并大力推进在发展先进文化中建设先进的性别文化，强化全体公民的性别平等观念，以男女两性的平等发展作为衡量社会发展的重要尺度；五是深刻认识社会主义制度是妇女解放与发展的根本保障，主张把男女平等落实到各项制度建设之中，在维护人民根本利益的同时维护妇女的具体利益；六是提出主体意识和自身能力是妇女解放与发展的内在动力，倡导妇女发扬“四自”精神，努力提高综合素质。这些成果是妇联组织发动妇女干部和各界专家学者参与理论研究的结果，表明我们对社会主义初级阶段妇女运动规律的认识又前进了一步。

第二，围绕中心，突出工作重点。

把妇联工作放在党和国家的工作大局中去把握和部署，是妇联工作必须遵循的重要原则。五年来，我们围绕党和政府的中心工作，坚持“一手抓发展、一手抓维权”的工作方针，在“党政所急、妇女所需、妇联所能”的结合点上定位妇女工作，每年突出一个工作主题，深入研究、重点突破。1999年，为贯彻落实党的十五届三中全会和中央农村工作会议精神，我们召开了农村妇女工作会议，研究探讨了在农业发展新阶段进一步做好农村妇女工作的思路，引导和帮助农村妇女增收致富。2000年，为贯彻落实党的十五届四中全会和胡锦涛同志关于妇联应该把工作重点放到社区的指示精神，适应城市管理体制改革的需要，我们召开了城市妇女工作会议，以加强社区妇女工作为重点，研究部署了城市妇女工作，推动各地妇联积极参与社区建设和社区服务，有力地推动了下岗失业妇女创业和再就业工作。2001年，我们专题研究了妇联自身建设问题，以实际行动落实党的十五届六中全会精神，促进了妇联的思想作风建设、组织建设和实体建设。2003年是《妇女权益保障法》颁布实施十周年，我们配合全国人大内司委进行了执法检查，专题研究了妇联维权工作，对促进维护妇女儿童权益工作起到了重要推动作用。同时，我们还重点研究了妇联组织工作、妇女思想政治教育和宣传文化工作、妇女教育工作、妇联儿童工作、妇联外事工作、老龄妇女工作和参与西部大开发工作等。以这些重点工作为着力点，我们深化了三大主体活动，实施了科技致富、社区服务、家庭文明和女性素质四项工程，打造了亿万妇女健身、家庭文化艺术节、“三下乡”、爱国主义教育读书活动等工作品牌，整体推进了妇联工作。我们充分发挥妇联组织的社会化工作优势，大力发展社会公益

事业，在陈慕华大姐的亲自领导下，两个基金会积极开展了“大地之爱·母亲水窖”、“安康计划”、“中国儿童慈善日”等体现时代特色的社会公益活动，深化了“春蕾计划”。五年来共计募集社会资金或物资5亿多元，在社会上产生了很大的影响，扩大了服务妇女儿童覆盖面。

第三，深入实际，加强调查研究。

深入基层、深入群众，坚持调查研究，把握妇女需求，及时反映社情民意，是妇联履行职能的重要途径。五年来，在召开每一个重要会议、做出每一项重大决策前，彭佩云主席都带领我们深入基层和广大妇女群众中，了解实际情况，掌握妇女群众的迫切需求，力求使我们的工作决策贴近实际、贴近基层、贴近妇女群众。这些年来，我们围绕农村妇女增收致富、城市妇女创业和下岗女工再就业、家庭美德建设、妇女思想状况、妇联基层组织建设、妇女儿童的权益保护、儿童成长状况及需求、妇女理论建设等专题，进行了广泛而深入的调查研究，形成了许多有情况、有分析、有对策、有建议的调研报告，就妇女发展和权益保护中的重点难点问题，积极向党委、人大和政府提出了富有建设性的意见和建议，得到了各级党政领导、立法机关及有关部门的重视，有的被直接吸收到有关文件中，有的在立法和决策过程中起到重要参考作用，有的对实际工作起到了推动作用，在社会上产生了广泛的影响。

第四，强化维权，加强源头参与。

充分发挥民主参与、民主监督的作用，从源头上参与有关法律、法规、政策的制定和实施，是推动解决妇女儿童发展和维权中重大问题的有效手段。五年来，我们充分发挥妇联组织的作用，加强同人大女代表、政协女委员的联系

与沟通,同她们一起就修改《婚姻法》、制定《农村土地承包法》、《公务员法》和《社会保险法》等积极建言献策,推动解决家庭暴力、侵害妇女土地承包权益、男女公务员退休年龄不平等、生育保险不落实等突出问题;积极参与《妇女权益保障法》、《未成年人保护法》等执法检查,大力推动查处侵权典型案例,提出了修改“两法”的对策建议;通过各种有效形式,积极配合党委有关部门,认真做好培养选拔女干部、发展女党员工作,使女干部、女党员队伍不断壮大。这些工作有力地维护了妇女儿童权益,扩大了妇联的社会影响。

第五, 发挥优势, 加强社会协调。

协调既是妇联工作的一个特点,也是妇联的一大优势。五年来,我们加大协调力度,推动有关部门促进妇女儿童发展、维护妇女儿童权益。在实践中我们体会到,各级妇女儿童工作委员会是发展妇女儿童事业的政府协调机构。我们认真履行国务院妇女儿童工作委员会成员单位的职责,注重发挥妇女儿童工作委员会办公室设在妇联的优势,主动配合政府制定并大力推动实施中国妇女、儿童发展纲要,把妇女儿童的发展纳入了国家经济建设和社会发展的总体规划;利用妇联牵头建立的“双学双比”、“巾帼建功”、“五好文明家庭”创建活动、“中国小公民道德建设计划”等协调领导小组以及维护妇女儿童权益联席会议等机制,积极倡导巾帼志愿者行动,协调各方力量,整合社会资源,形成了“党委领导、政府支持、妇联协调、各方参与、齐抓共管”的妇女儿童工作格局,努力推动社会各方面为妇女儿童办好事、办实事。实践证明,只有重视协调,善于协调,才能推动妇女儿童事业的不断发展。

第六, 立足发展, 加强自身建设。

自身建设是开展工作的重要基础。这些年来,我们重视加强妇联组织的自身建设,提出了把妇联组织建设成为学习型的组织,把妇联干部培养成为学习型的干部的要求,加大培训教育力度,提高了干部队伍的政治素质、理论素养和业务水平。大力推进工作机制的创新,不少省区市妇联探索建立了妇联执委工作制、妇女代表联系制、妇联发言人制度、与有关部门的工作联系制度,形成了比较科学的、规范的工作程序和机制。加强作风建设,坚持为大局服务、为妇女服务、为基层服务的宗旨,重视实际,重视实践,重视总结和推广基层经验,不断改进工作方法,拓展工作领域,丰富工作内涵,提高了工作水平,使妇联组织的面貌发生了深刻变化。

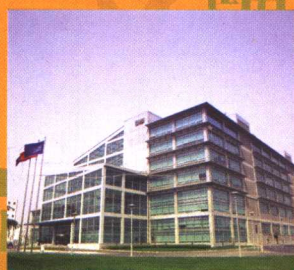
总之,八届全国妇联执委会认真履行职能,工作取得了很大成绩,创造了丰富经验。这些成绩和经验的取得,与全体执委的努力和奋斗是分不开的。五年来,大家以高度的责任感和主人翁精神,为妇女工作尽心尽力、尽职尽责,付出了大量心血,作出了重要贡献。我深深感到,我们的执委会是一个团结实干、具有强大凝聚力和战斗力的领导机构。在此,我代表彭佩云主席、代表全国妇联书记处,向各位执委表示崇高的敬意和衷心的感谢!

新世纪的妇女事业需要我们去开拓,新的业绩需要我们去创造。让我们高举邓小平理论伟大旗帜,坚持以“三个代表”重要思想为指导,紧密地团结在以胡锦涛同志为总书记的党中央周围,加快推进中国妇女运动的发展进程,为全面建设小康社会、开创中国特色社会主义事业新局面而努力奋斗!



WELL-KNOWN BRAND IN CHINA

牌中国



海尔以“三个转化”创世界级自主品牌

——访海尔集团首席执行官张瑞敏



PC——联想作为起点的回归

——联想集团侧记



改革是老字号活力之源

——访中国北京同仁堂（集团）有限责任公司董事长殷顺海



海尔以“三个转化” 创世界级自主品牌

——访海尔集团首席执行官张瑞敏

海尔集团从20世纪90年代初便开始出口产品到国际市场，在国际市场上风风雨雨十几年的时间，海尔集团首席执行官张瑞敏认为企业必须要走出去，特别中国是加入世贸组织之后。中国市场也是国际市场一个组成部分，所以必须走出去。张瑞敏说，如果说走出去很难，那么要在国际市场竞争当中取胜就是难上加难。在某种意义上说，取胜的几率非常小。因为中国企业和国外的跨国大公司比较起来有着非常大的劣势。关键是如何把自身的劣势进行有效的转化。如果不能转化，那就很难在竞争中取胜。

一、要把进入国际市场的后到劣势转化为后发优势

第一个劣势是后到的劣势，很多国际大的公司，历史都非常悠久。而海尔集团是国际市场上的一个后到者，如何把后到的劣势转化为后发的优势，这是一个非常重要的问题。

首先，“海尔”不可能以时间换空间。第二，海尔集团也不能用金钱换取空间。所以，海尔集

团转化后到劣势唯一的途径就是创新和速度。从创新来讲，“海尔”首先在技术上面应该争取领先的地位。在专利方面，据媒体公布“海尔”是中国申请专利最多的一个企业，有5000多项专利。而且其中发明专利已经达到600多项，去年申报专利平均一天两项多；标准方面，海尔集团现在有两个产品的标准列入了国际标准提案，因为这个程序比较复杂，要经过很长一段时间。其一是热水器的防电墙技术，这对于消费者非常重要，关系到人的生命安全问题。其二是双动力洗衣机，包括不用洗衣粉的双动力洗衣机，这被称为世界第四种洗衣机，在国外受到欢迎；网络家电方面，目前，国家主管部门已经批准海尔网络家电标准作为行业标准。3C融合是摆在全世界所有企业面前的一个机遇，“海尔”倡导家电产品信息化，信息产品家电化，海尔集团在1999年就开始做这一件事情，到现在开发到第三代。韩国、日本的一些企业也要来和海尔集团搞战略合作，就是希望在标准方面先入为主。芯片方面，这是比较超前的技术，对企业也非常重要，海尔集团从

2000年开始搞芯片的研究,开发出的数字电视解码芯片到现在已经开始大批量生产,销售也不错,到目前为止已经销售超过1000万片。对于中国企业,掌握一些核心技术是非常重要的。

二、要把靠引进技术起家的劣势转化为自主创新的优势。

第二个劣势就是技术上的劣势。中国的企业,特别家电行业,20世纪80年代都是靠引进技术起家,这个和跨国大公司比较起来有先天劣势。要把这个劣势转化为自主创新的优势,首先是思路上的转化。中国一般的企业是引进、落后、再引进、再落后。证实现在这条路子走不通了。像“海尔”目前到国际市场上去,不管花多少钱引进技术也没有人肯给你。所以海尔集团的思路是第一台引进,第二台国产,第三台出口,第四台在当地生产,即“海尔”产品创新过程中的四个阶段。

这个思路到目前为止取得了一定的成绩。比方说在欧洲市场上,节能标志有B级, A级,再高一级是A+级,最高级是A++级,海尔集团的变频节能冰箱,创新应用了变频技术和宇航保温技术。节能效果达到A++级,受到市场欢迎。在美国市场上,美国华尔街日报头版头条报道了海尔笔形手机,这也是现在海尔集团欧洲出口手机销售价格最高,销量也是非常好的产品,差异化的创新起到关键作用。

三、要把国内市场的优势转化为国际市场上自主创新的品种。

第三是市场上的劣势,海尔集团自己有一个八个字的体会,叫做“无内不稳,无外不强”。中国企业都想走出去,如果你在国内市场上没有竞争力,也不可能走出去。但不到国际市场永远不会做强,这是相辅相成的关系。国内市场上做

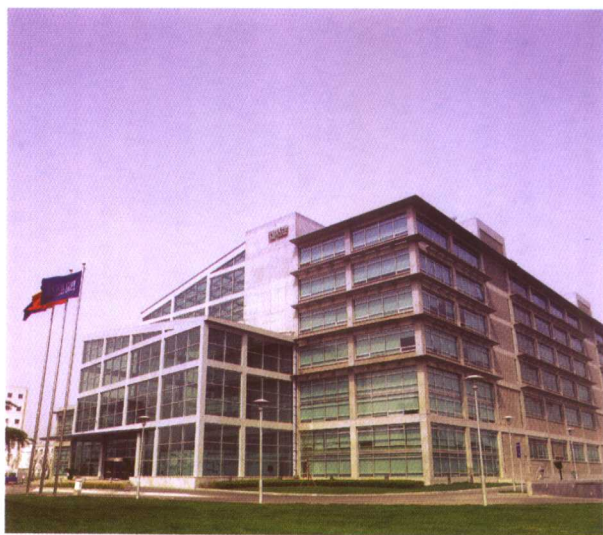
好相当于站稳,再到国际市场去打出的拳头才能有力。走出的过程中,海尔集团提出一个“三部曲”,叫做走出去,走进去,走上去。所谓走出去就是进入国际主流市场,走进去要进到国际市场的主流渠道,并且能够销售主流产品;走上去就是成为当地的主流品牌。

现在美国的十大连锁,海尔集团差不多都进去了,销售量也比较大。但是成为销售主流产品,海尔集团还有很大的差距,比如在海尔集团的小冰箱,已经占到美国市场50%的份额,应该说非常大。但是美国的主流产品是大冰箱,500升以上的,这种产品海尔集团在美国市场也开始生产,但总量还不多,只占有美国大冰箱市场2%的份额。日本也是一样,海尔集团进入日本两年半时间一共销售103万台家电产品,这在所有到日本去的外国家电品牌中,可能是最多的。其中海尔5公斤洗衣机,根据日本报纸公布已列销售排名第一位,但日本的主流产品,是8公斤洗衣机,这种产品海尔集团还比较少。所以海尔集团采取一种能够进入到主流渠道,并且在一些非主流产品,甚至于缝隙产品占有比较大的优势之后再逐渐提升。

如果真的走出去成为当地主流品牌还必需建立三位一体的本土框架,当地设计、当地生产、当地销售。但是真正做到这一点,资金和时间都是非常大的问题。而且还要有品牌宣传。也需要大量资金。但是必须要做,要不说的话没有办法再在市场上取得一定的竞争优势。

中国企业真正在海外创出一个名牌,的确面临着非常非常多的困难,有资金方面的困难,人才方面的问题,文化融合的困难等等。但是海尔集团自己的目标已经确定,即一定要创一个世界名牌。对于一个民族来讲,要真正要富强起来,真正自力于世界强国之林,也必须要有自己的世界名牌!

PC



“联想”作为起点的回归 *Lenovo* ——联想集团侧记

2004年12月8日，杨元庆领导的联想集团以总价17.5亿美元收购IBM的全球PC业务，杨元庆也由总裁兼首席执行官改任公司董事长。这次收购是中国IT行业海外投资最大的一笔，“联想”也因此将成为年收入超过百亿美元的世界第三大PC厂商。

2004年12月8日，杨元庆和“联想”的高层淹没在一片闪光灯的海洋里。这一天，“联想”正式宣布以17.5亿美元(其中包括5亿美元的债务)收购IBM全球PC业务，包括台式PC、笔记本、产品品牌和研发中心等。此举为2004年的中国并购划上了一个完整的句号，也成为我国海外收购金额最大的案例。通过此次收购，“联想”将跻身全球PC领域的第三位，仅次于Dell和HP，此举将使PC领域在全球范围内重新洗牌。

国内外媒体都对此表示出了强烈的关注，英国《卫报》发表文章，认为“联想”收购IBM

的PC业务将开启中国的新经济时代，标志着中国公司开始真正进入全球化的并购。同时也有媒体认为，面对资金、管理、文化以及市场等现实问题，对于希望跨入世界500强的“联想”而言，一切才刚刚开始。

回归PC

3年前杨元庆从柳传志手中接过联想大旗时的一段对话人们还记忆犹新。

“元庆，年轻人，联想的未来就看你们的了！”

“柳总，放心吧！”

上任伊始，杨元庆就宣布了“联想”未来3年的发展规划：到2004年，“联想”的营业额达到600亿元，冲击世界500强。但2004年整个“联想”控股的收入却刚过400亿元。客观地说，分拆后的联想受了行业低迷的影响，尽管老师柳传

志也多次站出来表态,但对少帅杨元庆的指责仍然一直不绝于耳。2004年由于受“联想”2003年赢利能力下降的影响,杨元庆将自己的年薪主动减少了一半。

2004年3月,联想集团的裁员也使杨元庆遭受了来自多方面的微词。“联想”的一些部门被整体裁掉,至此,“联想”长期培育起来的“亲情”文化开始动摇,网上一篇名为“联想不是家”的文章被广为传播。

此后“联想”与“阳光”组建“阳光FM365”并将IT服务卖给“亚信”都被认为是杨元庆的甩包袱之举。互联网火暴的时候,FM365让联想从香港股市融资30亿港币。“联想”与“阳光”的合资协议已于2004年7月签订,新公司取名“阳光365多媒体控股有限公司”,主要业务是在中国内地发展宽带多媒体市场,“阳光365”资产规模为1500万美元,“阳光媒体投资”和联想集团分别持有公司85%和15%的股份。回想当年打造FM365花费了上亿元,而“阳光365”15%的股份却只值225万美元,这不能不说是杨元庆为互联网所付的学费。

2004年2月,在亚布力飞往北京的飞机上,杨元庆和“亚信”董事长丁健初步确定了“联想”和“亚信”在IT服务领域的合作意向。7月28日,“联想”和“亚信”联合宣布,“联想”IT服务作价3亿元人民币卖给“亚信”,以“亚信”15%的股权形式体现。它以原“联想”IT服务业务为主体,同时吸收了亚信科技的EIS部门(企业信息方案事业部)。“联想”和“亚信”将强强联手,打造中国“IT服务航母。”面对众多记者提问,“联想”是否是在剥离IT服务这个项目?杨元庆称:

“这是‘联想’长期投资IT服务的新方式。”

早在2001年“联想”就提出了“向服务型”的战略,组建全新的联想IT服务业务群。2002年进行了系列收购和合资,先后整合了“汉普”、“智软”、“中望”等IT服务企业,搭建起了“三横四纵”的战略布局。在2004年6月IDC的报告中,“联想”IT服务以3.5%的市场份额首次跻身中国IT咨询市场前三甲,仅次于IBM和HP。不过,IT服务与“联想”主营业务存在较大差异,并未摆脱亏损的境地。

2004年初“联想”出台了新的3年规划,核心内容是收缩战线重新回到PC核心业务以确保主业增长,并实行了一系列以奥运为核心的国际营销计划来拓展海外市场。杨元庆倡导科技是第一主旋律,打出“高科技的联想、服务的联想、国际化的‘联想’”的大旗,得到了越来越多的人的认可。“有人说‘联想’在做减法,可以说到目前为止我们该做的减法应该做得差不多了。”杨元庆说。



时间回到2003年4月26日,这一天“联想”将英文标志Legend改为Lenovo,在那次新闻发布会上,杨元庆宣布:新标志寄托着联想在21世纪的巍巍宏图,我们立志将以坚定不移的决心,打造一个属于中国人的国际化品牌,为中国民族企业争光。杨元庆从柳传志手中接过帅印已经3年多了,3年多的时间对于杨元庆来讲得到了一次历练。

在收购IBM的PC业务之后,杨元庆就明确表示不会甘居全球PC领域第三的位置,而是会向第一和第二的位置发起冲击。虽然杨元庆说这是一个远期目标,但我们等待着“联想”新的超越。