

中关村

新生代

演绎IT渠道精粹。

刻画IT渠道精英。

展示IT人物精华。

中关村的昨天已成历史。

中关村的今天和明天
必将属于新生代。

陈平 主编

冶金工业出版社

中美村新生代

陈平 主编

北京
冶金工业出版社
1999年

图书在版编目(CIP)数据

中关村新生代/陈平主编. - 北京: 冶金工业出版社,
1999.7

ISBN 7-5024-2382-6

I. 中… II. 陈… III. 纪实文学 - 中国 - 当代 IV. I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 22670 号

出版人 卿启云 (北京沙滩嵩祝院北巷 39 号, 邮编 100009)

北京金瀑印刷厂印刷; 冶金工业出版社发行; 1999 年 7 月第 1 版,

1999 年 7 月第 1 次印刷

850mm × 1168mm 1/32; 8.75 印张; 232 千字; 267 页; 1 - 5000 册

19.80 元

序

1999年4月21日，中国著名的信息企业北方方正集团在北京宣布高层领导重组。集团的创始人王选教授说，集团传统的管理已跟不上市场竞争发展的需要，方正要克服管理瓶颈，需要具有更新的理念、更高的管理技能和生机勃勃的新型人才。方正看中了不到40岁的惠普（中国）公司的副总裁李汉生，将他放到了方正（香港）公司高级副总裁、北京北方方正电子公司总裁的位置上。这一事件从某种意义上说明，中国IT界老一代创业者们已自觉地意识到了自己的局限性，开始把他们所开拓事业的接力棒交给新一代。其实，这种更替在联想开始得更早，杨元庆、郭为便是具有战略意义的接班人。而除了这些业界瞩目的前台人物之外，在中国电脑业的发祥地——中关村，在更为广阔背景下，一批新人正在悄悄崛起。

《电脑商情报》的陈平等一批记者，一年以前就聚焦中关村，密切关注着中关村的新一代。

在半年多的时间里，他们采访了 50 多家中外企业的年轻经理人，将这些“中关村新生代”的奋进与求索、光荣与梦想加以实录。阅读此书，可以从更为广阔的背景上了解中国 IT 业界的“新生代”在经营理念、管理方式、渠道建设、技术水平等方面的状况，可以看到他们所达到的历史水平，可以看到中国 IT 业未来的影子——因为归根到底，市场的竞争，就是人才的竞争。

历史正在将发展民族信息产业的担子压到“新生代”的肩上，他们将以什么样的姿态来承担这一重任呢？从《中关村新生代》这本书中，可以找到一些答案。

电脑商情信息服务集团总裁 牛泊
《电脑商情》报社社长
199 年 5 月

目 录

方圆“外交家”

——记 Oracle (中国) 公司副总经理 刘天栋

.....2

战略第一

——记英特尔中国区业务经理 李旭东.....9

梦开始的地方

——记中国惠普有限公司 SME 销售部经理

张建中14

相识寇为为

——记 IBM(中国)有限公司分销业务部项目

经理 寇为为.....19

以和为贵

——记美国奥创利集团大中国区总经理 黄俊熙

.....24

需求源于创造

——记美国 MICRON 电子公司中国区总经理

张 骥.....29

渠道首先是你的客户

——记 Lotus (莲花) 中国有限公司渠道

销售经理 唐英豪.....34

商人需要一种文化氛围

——记 RAD(中国)公司经理 鲁 群.....39

SCO 干将张秸文

——记美国 SCO 公司北京办事处代理商业务经理 张桔文	
.....	44
康柏重整渠道迈出第一步	
——记汇杰签约康柏大中国区全线产品代理商	48
渠道润滑剂	
——记原微软(中国)有限公司合作伙伴事业部总监 陈振雄	52
圣诞老人	
——记英特尔(中国)公司原大中国区品牌事业部总经理 陈俊圣	56
每一次都是新的挑战	
——记联想科技发展公司市场部总经理 张振清	61
节奏大师李冬	
——记联想科技公司办公自动化市场部副总经理 李 冬	66
目标下的陈泉	
——记联想电脑公司商用市场部助理总经理 陈 泉	71
和谐才会创造高效率	
——记北大方正计算机系统工程分公司副总经理 喻 韬	76
编织网络、编织梦想	
——记和光集团渠道管理部经理 周大为	81
黑马群中的白马王子	
——记同创信息产业集团贸易管理中心副总监 王菁松	86
美创, 期待开创美好未来	
——记台湾刘门国际集团公司董事长 刘心远	92
追寻层层获利空间	
——记深圳美达电子有限公司总经理 花广宇	96
软件是人性化的独立商品	
——记北京金洪恩电脑有限公司副总经理 王彤彦	101

在失与得之间

- 记北京盛唐电子技术公司总经理 唐 军……………107

超越自我

- 记北京爱必得科贸有限公司总经理 黄 斌……………112

走近柏安

- 记北京柏安资讯科技有限公司……………119

把渠道纳入良性轨道

- 记五洲科技贸易有限公司大中国区总经理 骆仲饶……………124

笑傲蓝天

- 访实达电脑科技有限公司总经理 贾红兵……………128

把握渠道心理

- 记海信集团计算机有限公司副总经理 雷 文……………133

创新——企业发展的永恒主题

- 记浪潮集团常务副总裁 孙丕恕……………139

用心去做事

- 记北京富士兴业商贸有限公司总经理 夏 涛……………146

一路沐风雨，励志苦争先

- 记金科集团总裁 何志毅……………151

里仁为美

- 记北京京里仁计算机公司总经理 林真实……………158

讲商缘的徐琬儿

- 记上海中电国贸北京公司总经理 徐琬儿……………164

让每一天都精彩

- 记北京万润商贸有限责任公司总经理 张晓东……………170

努力改变生存状态

- 记恒昌北京总公司笔记本电脑部总经理 谢 涛……………175

新的感觉和新的方向

- 记北京冠玮科贸有限公司经理 聂正鸿……………180

管道新说

- 记深圳蓝德电子有限公司总经理 陆虹……………185

风险我们来承担

- 记北京美鑫电脑公司……………189

王可：需要挑战

- 记北京众恒实业发展有限公司副总经理 王可……………194

责任重于一切

- 记北京雄龙万维系统集成有限公司总经理 孔淳……………199

从游戏少年到销售行家

- 记北京吾思百佳科贸中心销售经理 李树良……………204

从地方走向全国的西南虎

- 记云南官房电子科技有限公司……………208

美达“跳高”

- 访北京美达美科技有限公司总经理 花轩宇……………213

借“财”行事

- 访天财金朝集团副总经理 常欣……………217

龙腾马跃

- 记北京东方龙马软件发展有限公司……………220

民族软件崛起之路

- 访武汉适普工程系统有限公司总经理 朱林生……………224

追求挚诚友爱的需商之道

- 记昆明鑫业公司总经理 傅新峰……………230

要做事，先做人

- 记贵阳力高科技发展有限责任公司总经理 唐昌琴……………235

企业人格化

- 记贵州惠智电子技术有限责任公司总经理 刘诗民……………241

合普，HOPE

- 访沈阳合普电脑公司总经理 尹一达……………245

南天辽阔彤云飞

——访四川彤云科技有限公司总经理 冯晓乔·····248

新华海，珠江路一景

——记南京新华海电子有限公司····· 251

优秀的产品总是会被肯定的

——访多达国际（香港）公司总经理 杨泰芳·····255

知识经济——新的机遇、新的挑战

——访原全国人大环境与资源保护委员会研究室主任

吴季松 教授·····260

后 记·····265



将信念化为热情，用热情感染周围的人，形成团队
的行动力量，进而开创新局面，是 IT 专业人员创业生涯中
最大的乐趣。

——刘天栋

方 圆 “外 交 家”

——记 Oracle(中国)公司副总经理 刘天栋

陈 平

Oracle (中国)公司在不断发展壮大的今天,对服务有了更多的承诺,我们不再只满足于市场占有率,成为客户不可或缺的策略性伙伴才是 Oracle 的重要目标。我们的信念是:让每一个用户满意!

Oracle (中国)公司董事 总经理 李文谦

采访刘天栋的时候,我突然感到我采访的并不是一个简单的代理总监,我好像是在与一个外交官打交道。外表举止温和、谦逊的刘天栋天生给人一种亲近感,然而他又是一个言谈谨慎、思维缜密、运筹帷幄的人。从刘天栋的身上我想到,面对纷繁复杂的流动的渠道,一个成熟干练的渠道主管本身就应该是一个外交官。

刘天栋说,我的做事风格是外圆内方,那么,我们姑且称他为“方圆外交家”吧。

创新的个性和创新的人生

接触过刘天栋的人,似乎都会对他的历史发生兴趣;而想

要了解刘天栋的人，也不能不对他的历史感兴趣。刘天栋出生于台湾，毕业于台湾中兴大学和美国伊利诺伊州州立大学，先后获得了经济学学士和电脑科学硕士学位。念书的时候，刘天栋喜欢创新的个性就开始激励他去闯荡世界。“不是为了念书而念书，念书其实是为了了解社会，了解东西方的文化差异。”基于这样的想法，刘天栋念书时竟然跑了美国30多个州，并且“游学”到了欧洲7个国家，这不仅使他接触世界尖端技术，更使他拥有了一个崭新的文化视野，为他以后从事开拓性的工作做了良好的铺垫。

获得了电脑科学硕士学位后，刘天栋留在了地处美国芝加哥的CA公司研究开发中心做了一年的技术研究工作。之后，天生喜欢干“富有创新工作”的刘天栋选择了在CA（台湾）公司做销售支持，很快如意以偿地做起了销售工作，从此，刘天栋开始步入了他的创新生涯。

创新者历来是要付出超人代价的。CA的产品（大型主机）主要是面向政府和银行等重要部门的，而“蓝色巨人”IBM已先行打入了台湾市场，因此，虽然当时CA已经是世界驰名的公司，但在台湾却鲜为人知，根本无法同“蓝色巨人”对抗。刘天栋此前一直跟技术打交道，做销售的历史是“零”。当一个人面对严峻的现实去完成一项事业的时候，意志和胆识就显得至关重要了。刘天栋从敲冷门开始了他艰苦的销售历程。从拜会信息主管到拜会决策主管，从让客户知道CA、接受CA到购买CA产品，他相信“在公司知名度不高的时候，同客户建立一个互信的过程至关重要。”

一个人只有在压力下才会快速成长起来。从第一个客户到上百个客户，刘天栋以他选择的创新人生为目标，不仅赢得了用户的信赖，而且也赢来了他的第一个销售高峰。刘天栋仅用了一年多的时间就获得了CA全球杰出销售人员的荣誉，跨入到

CA 全球销售赢家俱乐部行列。要知道，在 CA 全球 8000 名优秀的员工当中，能获此殊荣的不过百人。

跨入了销售颠峰的刘天栋又在第二年、第三年获得了同样的殊荣。刘天栋在 CA “承受很大压力、很少支援的情况下”能连续三年夺得这样全球性的荣誉实在令人敬佩，由此，也给那些刚刚步入销售行列的年轻人一个启示：销售原本没有什么太多的技巧，敢于在巨大压力下承受压力才能达到自己的目标。

抓大放小，重品质轻数量

刘天栋 1994 年出任 Oracle（台湾）公司联盟及代理部经理，1997 年出任 Oracle（中国）公司联盟及代理部总监。从刘天栋的阅历中我们不难看出，他具备了一个渠道总监的先天条件。

在刚出任 Oracle（中国）公司联盟及代理部总监时，刘天栋了解到，过去，由于没有专职机构来规范渠道，因此，尽管伙伴数量多达 200 多家，但彼此之间责任模糊，缺少长期的合作基础。刘天栋对原有的机构进行了重新整顿，并根据渠道发展需要，实施了抓大放小的方案，即集中精力抓住重要合作伙伴，持续培养小伙伴。大伙伴为直接签约的 25 家公司以及东方龙马、联想、华迪、国际佳都等 4 家增值分销总代理，时间从 1998 年 6 月 1 日开始至 1999 年 5 月 31 日止。相对来说，这是将 80% 的资源放在 20% 的重要合作伙伴身上。所有其他合作伙伴同这 29 家属于紧密合作关系，并由此建立了全国性的低端产品分销（工作组产品）体系。

刘天栋说：“品质和数量是相对的，我们经过过滤后选出的 29 家属于第一层次，其他属于第二层次；第二层次要配合第

一层次，而第一层次也不是一成不变的，也可能下到第二层次，这就形成了一个竞争机制。我们选择标准主要是从以下几个方面考虑的，即合作次数、行业支持应用、营业额、付款信用等。为此，我们专门成立了联盟及代理部，包括下设的市场部、技术服务部和渠道销售部，一个以伙伴为核心的服务体系就此建立起来了。公司也已经从3个人发展到16个人，可见我们对赢得市场所做的努力是非常大的。”

借力使力，开发每一块资源

喜欢创新的人不可能永远止步于一个模式的生活。

当信息产业即将由大型主机系统管理进入到 UNIX 数据库应用开发环境时，面对新的计算领域，刘天栋敏锐地感觉到了一个新的时代即将来临，他选择了当时正处于高速发展的 Oracle。从 CA 到 Oracle，从大型主机到 UNIX，从直销到分销，刘天栋又将在自己的人生历程里进行一次跨越。

刘天栋眼里的渠道包含了两种形式，即实体和虚体的渠道。所谓实体的渠道包括实际层面的直接销售、代理的渠道、OEM 伙伴、增值的分销渠道以及渠道人员的管理；而虚体的渠道包括透过市场的认知度、创造市场的需求、吸引用户的手段以及制造效果的宣传推广活动等等。实体的渠道已经被人们认可，虚体的渠道则正处于方兴未艾的发展阶段。刘天栋出任的联盟及代理部总监一职肩负着双重的使命。

1997 年，刘天栋从 Oracle 台湾公司转到 Oracle 中国公司继续出任联盟及代理部总监一职，只是这回他的职位前又多了一个副总经理的称谓。

刘天栋非常欣赏中国代理商对先进技术的执着追求精神。他最大的满足就是自己诚心诚意培养的合作伙伴能够快速成

长，借力使力不仅是这个行业的一个特征，也是对资源的有效利用。一块资源如果利用好了能够有十块资源的回报，所以，无论是在软件开发、硬件销售，还是在网络销售、技术支持、培训等方面，他都给予极大的支持。他说，你的诚意伙伴是看得非常清楚的。事实也证明了我们营业额快速增长是来源于我们和商业伙伴的共同努力。

刘天栋认为，对内，自己就是公司同代理商沟通的桥梁，对外，就是给合作伙伴提供沟通服务的一个角色。所以，他计划把全球合作伙伴计划引进到中国来。这项计划包括五个方面，即集中最先进的开发技术，提供技术支持服务，提供教育培训，提供业务支持和市场推广，这五个方面基本涵盖了合作伙伴发展的每一个层面。做事要先看目标，后看效果。只有伙伴对市场从认知到采用，再从采用到爱上这个解决方案才能实现用户的最终满意。

商机无限，渴望战略盟友

刘天栋非常渴望能够同具有战略性眼光的合作伙伴打交道，因为这不仅仅是一个业务上的合作。他认为战略合作意义更广阔，这其中包括业务、技术、发展、交流和推广等。为此，他在几次合作伙伴高峰会上特别邀请了国内 IT 企业家来做管理经验交流，并针对合作伙伴中的高层主管，陆续引进了一些管理课程，旨在潜移默化的提高他们的综合素质。

刘天栋说：“在高速发展的 IT 行业中，管理和文化起着相当重要的作用。没有文化很难让制度深入人心，只有把管理和文化提升到战略高度才能更深入地开展合作，而不是短期地实现目标。中国经历了 20 年的改革开放，不但促成了很多大型企业的快速发展，而且也为 1000 多家中小企业发展创造了良机，

所以，对我们来说，这 1000 多家公司的商机是无限的。”

刘天栋以一个外交家的干练在短短的时间内已经赢得了合作伙伴的信赖。他洞悉渠道的直觉是令人赞叹的，他抓住了 Oracle 在中国渠道建设的核心，他懂得如何同商业合作者建立真正意义上的战略关系。

刘天栋说：“管理渠道犹如种树一样。很多人为了能早日结下果实拼命去给树苗加肥，结果必然是欲速则不达；渠道的成长是需要不断精心地深耕、广耕和灌溉的，同时，还要用心地去修剪、添加养分和肥料，这样才能保证这棵大树茁壮成长。”

接受与分享成功的欢乐

把自己的事业融在游戏里并乐在其中，这是刘天栋乐观的人生哲学。

“既然是游戏，如果没有规则是玩不起来的，同时，也会造成两败俱伤；而有了规则却没有创意，参与游戏的人玩得不开心也就失去了游戏的意义。”刘天栋把渠道的游戏看得如此透彻。

刘天栋正是这样一个善于制造游戏规则又愉快创造游戏乐趣的人。他喜欢让长久的伙伴既有规则可循，又不失创造的乐趣。他要让伙伴感受的是在一个充满活力的游戏里开心地享受，尽情地发挥。

今年 3 月份，刘天栋和 Oracle 中国公司的伙伴们去了趟房山的一个拓展学校，当翻越高层障碍墙的时候，有的人踩在刘天栋的肩上，带队的一位老师急着喊：“你怎么能踩着你的‘老师’？”刘天栋笑着说：“我只是为他服务一会儿。谁能上去我就会支持谁。”