

网络英雄系列

钟运荣 张春丽 冯雷 编著

思科王朝



如果你有一群超级明星，
那么你就有机会建立一个王朝。
——钱伯斯

广州出版社

思科王朝

钟运荣 张春丽 冯雷 编著

广州出版社

网络英雄系列

思科王朝

钟运荣 张春丽 冯雷 编著

广州出版社

思科王朝

广州出版社出版发行

(地址:广州市人民中路同乐路10号 邮政编码:510121)

广东番禺市官桥彩印厂印刷

(地址:广东番禺市石楼镇官桥村 邮政编码:511447)

开本:850×1168 1/32 字数:30万字 印张:13

印数:1-10000册

2000年11月第1版 2000年11月第1次印刷

发行人:黎小江

责任校对:刘其江

责任编辑:余正平 唐可省(特邀)

装帧设计:谢成华 刁俊锋

发行专线:020-81881976

020-86361015

ISBN 7-80655-189-1/F·13

定价:22元

网络英雄系列



思科王朝

Cisco

美国《upside》杂志将钱伯斯评为“数字世界之王”。

克林顿总统称钱伯斯是“互联网、美国经济乃至全球经济的真正领导者”。

就是这个神奇的小子，仅用了10年时间就将一个默默无闻的公司打造成了世界市值第一的思科王朝。

ISBN 7-80655-189-1



9 787806 551899 >

ISBN 7-80655-189-1/F·13

定价：22.00 元

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com

目 录

前言..... (1)

第一章 思科的神话 (7)

今天，不仅对美国，而且对整个世界来说都是一个具有历史性意义的日子，这缘于一个新的网络神话的诞生，对，毫无疑问是神话。它的主角就是思科。这次取代向我们宣告了个人电脑经济时代（PC 经济时代）的终结，互联网经济时代（NC 经济时代）的到来。它来得太快了，太快了……

- 思科超微软：新神话的诞生
- 约翰·钱伯斯：卡纳瓦河畔的玩童
- “误入” IBM
- 泪洒王安公司
- 小思科的诞生
- 加盟思科 指点未来

- 马格里其主动让贤 钱伯斯走马上任

第二章 我们正在领导一场革命 ... (45)

钱伯斯接任思科系统公司总裁，是思科公司发展历史的一个关键的转折点。从加入思科开始，钱伯斯就认准了思科公司的发展方向：网络。从此，钱伯斯带领思科员工，全力冲向网络时代的最高峰。现在，思科无疑成为了网络时代的最杰出开创者，成了电子商务的先锋和领袖，成了网络时空的上帝和代言人。思科前进的方向，就是时代的方向；思科代表的潮流，就是时代的潮流；思科走过的路，就是大多数公司企业应该紧随跟进的道路。一句话，思科正领导着一场革命！

- 网络革命与思科的崛起
- 电子商务的先行者
- 虚拟化创造现实的竞争力
- 网络就绪的成功典范
- 互联网改变新生活
- 网络造就财富，也造就风险和失败

第三章 兼并，思科的成功之道 ... (107)

在美国，兼并狂潮一浪高过一浪，它从一个侧面反映出美国经济竞争的激励程度。美国的兼并具有明显的波及范围广、兼并规模大、“敌视性”强行购并多的特点。如火如荼的兼并给企业带来了无限的刺激和发展的活力，也难怪令商家砰然心动，乐此不疲。

面对世界经济全球化的浪潮，各大商家都感到，只有兼并与合作这么一条路，才可以避免不被人吃掉。

- 没有硝烟的巨人之战：兼并狂潮风涌全球
- 思科，收购的机器
- 购并的艺术
- 收购的旗帜永不倒？
- 收购的镰刀永远发光

第四章 永远听顾客的，没错！... (169)

很多公司都说顾客至上，那你去问一问，哪家公司的首席执行官会像我一样把 50% 的时间交给客户

呢？我总共跟 1 万多客户交谈过，大规模的见面会参加过 200 多次……

——钱伯斯

- 顾客是上帝？不
- 从技术驱动力到顾客驱动力
- 以身作则
- 网上技术支持客户
- 百分之百的质量保证
- 对顾客不仅仅是尊重
- 顾客的满意决定一切
- 培养未来的顾客

第五章 思科的管理文化 (221)

思科公司有着比历史上所有其他公司更加多元的企业文化，我们不在乎你的年龄、性别、肤色、宗教信仰，只要你棒，思科就爱你。思科的企业文化对于新的观念和人才非常宽容。

——钱伯斯

- 思科的管理文化没有固定模式
- 思科的民主化管理

- 抱团打天下
- 管理未来

第六章 思科在中国 (261)

“在座的先——先生们，女——女士们，大家好！
.....”

钱伯斯面对中国清华大学的学者与学子们，竟然旧病复发，又开始结巴起来。台下的听众没有一个看着处于窘迫的钱伯斯而哄堂大笑，只是用微笑鼓励钱伯斯尽快稳住情绪，慢慢地说下去。在清华大学的讲台上有多少世界精英人物没有过这种窘迫的状态？就连能言善辩的许多国家元首，也曾在清华大学的讲台上语无伦次。

清华讲台，毕竟是一个有着 12 亿人口的泱泱大国最高学府的思想、学术、文化、科技展示大擂台啊！站在这里，心情上有一点儿紧张是司空见惯又是可以理解的。

- 思科：敲开中国的大门
- 中国：一块大蛋糕

- 钱伯斯纵情清华园
- 思科：中国大练兵
- 钱伯斯受到江泽民接见
- 杜家滨：思科（中国）公司的掌门人
- 全军挺进中国
- 激情中国传媒
- 思科在中国的经营策略
- 思科告诉我们什么？

第七章 思科，下一个微软？…………… (307)

“在我们这个国家里，最大势力的人在法律面前也是要负责任的，通过（除反垄断法外的）其他途径则是不可能强调这一点的。”

——西奥多·罗斯福

- 反垄断法，美国超级企业难以逾越的门槛
- 世纪末的审判：微软横遭“腰斩”
- 下一刀砍谁？
- 思科：我不是微软
- 反垄断之剑依然高悬

第八章 思科的未来 (355)

IBM 的倒下，着实让全世界所有的企业首席执行官们心惊肉跳。一个“蓝色巨人”的倒下，巨人留下的只是一种刻骨铭心的伤痛，留给世界的是一种严峻的思考。“蓝色巨人”为何会倒下？“蓝色巨人”倒下了，我们应该怎么办？下一个倒下的又会是谁？一系列问题让我们的首席执行官们，还有世界上所有的经济学家，苦苦思索，翻来覆去地回想。钱伯斯及其思科系统公司的广大员工也不例外。

- IBM 的启示
- 思科，你的未来不是梦

附录 (365)

后记 (403)

前 言

“如果说 IBM、苹果公司和微软公司等数字时代的先驱们成功地让计算机进入了千家万户的生活的话，那么，思科系统公司正试图以它的上帝之手把网络作为新的生活模式、社会模式无边界地把全世界的人连接起来，建立起它的网络时空帝国。毫无疑问，思科已经成为了数字时代的第二代领袖。”（硅谷评论）

1984年，为解决斯坦福大学校园中计算机系统之间相互通信的问题，一对计算机教师夫妇——里奥纳·博萨和桑迪·丽尔娜发明了路由器。随后，这对夫妇辞去教职，在旧金山市创立了思科公司。论资排辈，思科当时只是硅谷沧海之一粟，是一个很不起眼的小角色。但思科公司却具有一般公司所无法比拟的魅力。

良好的开端是成功的一半。思科自成立之日起，就瞄准了网络（硬件）市场，走对了这第一步，并坚持不懈地走到现在。可以说，正是因为思科从一开始就走了正确的方向，才迈进了今年的网络高科技俱乐部的天堂。在网络革命瞬息万变的时代，早走一步就决定了以后的全部步伐

和命运。思科正是这样的，它远远走在了别人的前面，并且攻无不克，战无不胜，终于从一个小蚯蚓长成了一条大青龙，成为全球高科技公司中发展最快的公司。

1995年以来，思科公司的利润与收入的增长就连年超过四倍以上。2000年3月24日，思科公司的股票以每股79.375美元高价创下了历史纪录，总值达到5792亿美元，超过微软公司当天的股票市值5782亿美元整整10亿美元，一跃成为世界上市值最高的公司。“会当临绝顶，一览众山小。”思科已经远远地把其他众多公司抛在后面了。

这一切都首先是因为约翰·钱伯斯。钱伯斯，这个人生经历丰富而道路也极为坎坷的人，是在平凡的外表掩盖下的一个完美的人，他扮演着使思科系统公司起飞的灵魂和核心的角色。是钱伯斯高瞻远瞩的雄才大略和出神入化的领导、管理艺术，才把这个硅谷小伙伴抚养成为大人物的，钱伯斯也是硅谷极富传奇色彩的人物之一。可以说，没有钱伯斯，就没有今天的思科。了解了钱伯斯，就几乎了解了思科的一大半。

钱伯斯掌管下的思科系统公司何以能发展如此迅速？概而言之，主要不外乎以下几个方面。

首先，思科公司顺应了网络化的发展方向和电子商务的巨大潮流，并第一个冲到了这一浪潮的浪尖上，思科不仅最先做到了全面的虚拟化运行，还成为电子商务的排头兵；其次，思科公司实施了正确而有效的发展战略，即永

不停歇的和以人为本的收购策略，并把它与公司自身的研发很好地结合起来，把购并升华为发展的一门杰出艺术，从而为公司的发展插上了起飞的双翅；第三，思科坚持“以顾客为中心”的营销策略，并实施得出神入化，几乎无人能出其右；第四，思科的管理艺术堪称典范，例如，人皆有股的政策使公司的员工有着巨大的凝聚力和向心力，兼容并具有自己特色的企业文化使思科的企业形象卓尔不群、有血有肉，民主自由、团队协作精神使思科不仅充满了西方式的管理风格，又不失东方式的人情味……

思科所代表的一切，几乎都值得称道。正如 GeoPartners 调研公司的董事长詹姆士·穆尔所说：“思科系统公司是一个典型的从里到外都一样完美的公司。他们对如何从外部获取人才、产品和技术动力得心应手；它对市场有着深刻的洞察力和渗透力，并能做出最快速的反应，抢占市场的要害点和制高点；它知道如何去驾驭高科技……思科已成为现在和未来公司发展的典范。”

有人说，网络是泡沫，是凶险，是魔鬼撒旦，是洪水猛兽，思科公司的股票价值就是来源于网络经济的泡沫，来源于对洪水猛兽的短暂制服。不了解思科的人，对这句话难免有几分相信，这也不足为怪。但这也正是人们对思科的了解还欠深入的地方。

思科不仅代表着自己，也代表着一种发展方向，代表着网络化的大方向，思科推动了网络的发展，网络也塑造着思科，思科欲借网络之力改变世界。这也绝非危言耸

思科 **王** 朝

听。目前，思科公司搭建的网络世界已成为无数政府机关、公司企业、事业单位、家庭个人不可缺少的工作、生活和学习空间。

我们可以毫不夸张地说，思科塑造的神话是网络时代最大的神话，思科缔造的网络空间是千家万户走向信息时代的最大生活空间，思科倡导的网络生态系统是世界上最大的生态绿洲，是世界上的第八大洲，思科所开创的方向，就是新经济的方向……

当然，正如最聪明的人同时也是最了解自己的一样，思科比任何其他人都更了解自己，了解自己所处的地位，所起的作用，所代表的方向，更为重要的是，所面临的挑战。思科不是一个安享其成的公司，思科的忧患意识几乎与它的创业意识和进取意识一样多，一样强烈，一样深刻。

硅谷永远都处在“革命”的状态之中，没有人能够坚信自己的未来，能述说自己的明天。在这里，不存在偶像，不存在权威，不存在永恒，只存在变化、竞争、死亡与新生。

思科敢于挑战任何陈规旧习。软件巨子比尔·盖茨曾经雄心勃勃地宣称：“我要让全世界的千家万户都安上微软的‘视窗’。”现在，盖茨做到了这一点。钱伯斯却发出了更大的宣誓：“我要把网络连到全世界的每个角落，让他们相互交流，相互沟通……”人们正在为钱伯斯祈祷。

本书全面描述了思科系统公司的诞生、成长和崛起的经历，并分析了思科公司在激烈的竞争中脱颖而出并一枝独秀的发展策略和经营之道，深刻揭示了这个网络巨无霸给中国的广大读者所带来的启示。相信读者不仅从中能进一步了解思科系统公司，而且还能得到其他的收获。

编 者

2000年10月