

刀尖上的舞者 中国经理人十大事件7 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/159/2021_2022__E5_88_80_E5_B0_96_E4_B8_8A_E7_c70_159107.htm 吴士宏事件 盛装下的落寞 吴士宏：外表温文、满脸带笑的吴士宏，是一个善于把握机会的人。1985年7月进入IBM公司，历任大客户销售代表、销售经理。1998年2月，吴士宏受聘为微软中国公司总经理，成为IT界风云女性。1999年加盟TCL集团，任TCL集团常务董事副总裁，TCL信息产业（集团）有限公司总经理。她被《商业周刊》（亚洲版）列为“亚洲风云人物”。2002年12月1日，离开TCL集团。吴士宏是中国职业经理人群体中的一个争议极大的人物。从一名医护人员一步步到微软中国公司总经理，她的职业生涯充满了浓厚的传奇色彩。近年的微软事件和TCL事件更一度让她处于争议的风暴中心。《逆风飞扬》：微软记忆来源：www.examda.com 吴士宏从微软辞职后，撰写了《逆风飞扬》一书，当时这本书在媒体和业界掀起了轩然大波。吴士宏在书中历数原东家微软的不是，从公司的管理制度到民族主义再到部门结构都成了她抱怨的对象。通过她的视角，读者似乎看到微软内部一些难以言表的秘密。但此举引起了部分经理人和网友的强烈不满，并指责这是缺乏职业道德和恶意炒作的表现。吴士宏对此予以否认，而且在出书后不久坦然承认：“加入微软是一种错误。”入主TCL，布局“天地人家” 1999年年底，吴士宏接受李东生的盛情邀请，加盟TCL集团，任TCL集团常务董事、副总裁、TCL信息产业有限公司总经理，TCL控股的翰林汇公司董事长，并提出“将中国的企业做到国际上去”的长远发展目

标。经过任职前的高调日子后，吴士宏在投身新东家的最初半年时间里，一直保持低调。吴士宏利用这段时间对整个TCL进行了全面而详细的了解，她甚至亲自去看了电工的车间。经过同TCL各部分高层的接触之后，吴士宏逐步形成了TCL的战略拓展规划：以TCL现有的覆盖全国的销售网络为基础，对TCL旗下的全部产品进行整合，推动TCL从传统家电制造和销售厂商发展成为信息化的国际大企业。这个规划得到了TCL集团上下的认可和支持。2000年国庆之后，一个新的网站出现在大众面前，www.ejiajia.com，它的幕后老板就是吴士宏。据吴士宏介绍，这个网站不是一个纯粹的网站，它是TCL“天地人家”整个战略中的一个不可或缺的环节，ejiajia将TCL原有产品销售模式和互联网模式结合起来，将TCL传统的经销渠道转变为专业的电子商务物流平台，从而拓展集团的潜在市场和提高利润。吴士宏在接受媒体的采访时雄心勃勃，对ejiajia.com网站的前景充满信心。根据她的战略思想，TCL的“天地人家，伙伴天下”计划是以TCL的ejiajia网站作为信息家电提供增值服务的平台，促进TCL产品销售电子化和信息化，最终达到全线互联网接入终端设备，服务于最广泛的中国人和中国家庭的目标。来源

：www.examda.com 2001年2月，TCL在深圳三天连开三会HiD科技成果鉴定会、HiD发展研讨会和HiD上市新闻发布会。3月TCL移师北京中华世纪坛，为HiD的推广再加把火。HiD是英文Home Information Display的缩写，中文译为“家庭信息显示器”，TCL称之为“嗨地”（HiD系列产品的主要特点是：可作高清晰大屏幕显示器，可接收高清晰数字信号，带有VGA电脑接口，可作电脑显示器，可直接一线上网或外

置Modem连线上网，可作数码相机、数码摄像机、可视电话等的高清晰数字显示器。)。新一代的家庭显示器HiD的推出，是吴士宏中国信息家庭新生活战略中的一环。虽然这次的推广被媒体质疑为一次概念炒作，但吴士宏坚持，这绝对不是炒作，而是彩电行业里的一次革新。至此，吴士宏基本上已为TCL将来的战略发展布置了一个局，一个叫“天地人家”的局。她想写的就是中国“家庭”这篇文章，以家庭为中心，以“缔造中国信息家庭的新生活”，为每一个中国家庭提供全方位的信息产品及服务为方向，以教育为突破口，实行“教育互联1+4”。Ejiajia.com是头炮，随后是“亿家家商城”、个人信息助理PIA，新一代的家庭显示器HiD则是延伸。“我不会再失败了”2001年，TCL通过与国内著名高等学府和教育机构强强联手，以亿家家网站的技术平台为依托，合资合作推出“电大在线”、“华大网络”、“四中龙之门”等多层次的远程教育项目；吴士宏把这些与互联网相关的项目比喻为“天”，她强调：“这是一个为广大的中国家庭提供终身教育的、开放的远程教育平台；是增值信息服务的一条具体而清晰的主线。”而开通半年的亿家家商城，则是“与TCL强大的家电销售网络基础密切配合的网上网下互动电子商务平台”，它不是一般意义上的B2B，或B2C，TCL将其视为对中国特色的电子商务模式的探索。而亿家家家庭信息化服务网络，则是结合社区宽带局域网和广域网，利用Internet技术，整合了传统的商品制造、商业、服务业企业和先进的电子商务企业，通过城域网已趋成熟的物流配送系统，为社区家庭提供日常生活服务的系统。吴士宏将这一部分喻为“地”。最后，“人家”便是全线互联网接入终端设备

。在一系列强势行动后，吴士宏在接受媒体的采访时表示，自己不会再失败了。“我觉得两层意义，一个是自己的成败，一个是企业的成败。企业一定要往成功的地方去做，我相信，不管我的理想多么难以实现，只要遵循企业运作规律，我有整个团队，有李东生一起把握，避免因个人给企业带来的损失，有可能接近自己的理想。在这种意义上，我觉得我不会再失败了。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com