

联想成立新消费业务部杨元庆重新出山 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/185/2021_2022__E8_81_94_E6_83_B3_E6_88_90_E7_c41_185704.htm 联想成立新消费业务部

，杨元庆重新出山，无疑是近来最吸引眼球的IT事件之一。但是作为一家根植中国的跨国公司，杨元庆的复出显然和戴尔的重新披挂意义不同。购并IBM的PC部门之后，联想在中国大陆市场继续所向披靡，但在全球尤其是北美市场的经营却每况愈下。中国金融大典 这似乎意味着联想在个子越来越大的同时，其本质上的文化基因却无法适应欧美等国的市场发展，正与TCL、明基一起承受国际化泡沫带来的压力。事实上，联想已经陷入了新的困惑……杨氏复出，炒作还是不自信？对于杨元庆重新出山并亲自挂帅消费事业部一事，联想（上海）有限公司相关人员在接受《每日经济新闻》采访时简单表示，“在全球推出我们的消费业务，对联想集团非常重要。”不过，海能企业管理策划有限公司首席顾问、中国家电业资深观察家于清教则表示，杨元庆复出的消息，“带有一定的炒作性质。”“而联想整合PC、手机、MP3等业务为消费电子这样一个事实，至少给外界这么一个信号，那就是联想在经历了收购IBM的PC业务后，已经意识到整个组织架构流程梳理或者缩减的必要性。”他认为这里有三个值得关注的问题：一是联想在削减组织减值环节，削减因组织流程而带来的组织运营成本；其二，消费电子的概念比之单纯的业务单元更有利于企业整体运营，现在已经进入消费电子时代；三是从联想的最高层入手，有利于推动这场变革。还有一个来自市场的问题是，联想的营收面临瓶颈的突破，

需要找到新的利润增长点，尤其是3G和3C融合趋势日益明显，联想需要面对国内本身巨大的消费电子市场潜力。王育琨认为，局外人很难看到其中真实的棋局。柳传志去年春节前接受熟悉的记者采访，个人色彩的问题和对话也多一些，“可以让我们透视更多的真情”。柳传志现在代表大股东，在联想集团行使“非执行董事”的权力，还说“联想连着我的身家性命。之所以在退出联想集团决策层后着力发展培植另外三家子公司，也是基于分散风险的现实考虑，起码内心不再那么紧张和焦虑了”。正因为并购有那么多紧张和焦虑缠绕着联想，才使得柳传志一改先前的乐观，“到现在为止不得不承认，并购IBMPC业务，联想冒了很大风险”。上海易繁咨询公司的IT分析师更是一针见血地指出，杨元庆重新出山，起码表示对于联想走过的路不满意，对未来的路心中没底。在收购IBM的PC业务以后，联想从身体上看突然魁梧起来了，但素质上还是以前那个联想，联想正与TCL、明基等收购海外企业的中国企业一样承受国际化泡沫的压力。而在戴尔复出，并在消费电子领域等进行投资以后，联想更增添了新的困惑究竟是只专注PC，还是要全面进入消费电子。当然现在看来，联想是选择了后者。成功模式，杨元庆应该放弃？联想（上海）有限公司相关人员在接受《每日经济新闻》采访时强调，联想主要的长期战略目标之一，就是“将我们在中国消费市场获得成功推广至全世界，即将我们实行的‘双业务模式’中的交易型模式推广到世界其他地方”。据其介绍，在美国，联想集团已经在进行关系型客户销售了。“我们还通过全球的合作伙伴渠道进行销售，最近还与一些大型零售商，如CircuitCity、BestBuy（美国）等签署了协

议，同时通过数千个小型零售商在新兴市场进行销售。”不过，首钢发展研究院企业所所长王育琨认为，联想现在又面临一道必须跨越的“坎”。这道“坎”既不是杨元庆誉之为“核心竞争力”的业务模式，也不是看上去很严峻的敏捷供应链，而是根植在联想基因中的企业家文化。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