

李书福 用梦想铸就辉煌

在中央电视台对话栏目你就表示；温州的鞋子会走向世界，并脱下脚上的鞋子给大家看，那可是央视呀。在收购沃尔沃时你说；我爱你。李书福已变成狡黠的商人，东方的犹太人。中国汽车为你狂。

李书福他出行简朴，喜欢写诗词，敢于讲“疯话”他做的也不仅仅是这些，还是中国爱心公益事业的慈善家，在慈善上面，只要哪里需要帮助，他就会伸出援助之手，我在百度看到一个网友发帖子说他以前都买高端的国外品牌车，现在就只开吉利，原因很简单是李书福这个人影响了他。李书福是一个企业家，他拿着钱回馈社会，有一次捐款他告诉对方给三千万，后来他了解情况以后就给了五千万。这样的行为就足以感染我们身边每一个人，李书福的情趣迥异于中国汽车行业其他大佬。

因为他的坚持才创办了影响全球的吉利集团。吉利——中国第一家生产轿车的民营企业，李书福也被人们亲切的称为私企造车第一人。现在无论你在哪个城市乃至农村都能看到吉利帝豪E7的身影穿梭在马路上。李书福造车用智慧和精湛的技术演绎了当下人们追求家庭实用车的配置；可以说自从中国市场有了吉利品牌车以后，大多数的人都爱上了这款简单大方、舒适安逸、性能高超、气派活力的小轿车。一个人有没有梦想不重要，重要的是有一个梦想并且一直执着地追求下去，无论路途遇到多少狂风暴雨，艰难险阻都一如既往地行走，这才是人生真正了不起的。李书福就是这样一个人，用梦想去勾勒精彩的人生，用梦想去赢取心中的渴望，用梦想铸就辉煌的未来，如果不是有机会认识他，我永远都不会知道在我们中国的汽车行业领域里，还有这样一个书写着传奇人生的商界精英，如果不是有机会去读懂他，我也不会这么快发现在中国汽车行业的市场上李书福还是一个名副其实的佼佼者。

他本人低调，不善言辞，甚至普通话都说不标准，但是却靠大胆和拼搏获得了成功。他曾经说过这样一句话：“人生没有标准答案，做汽车是没有终点的马拉松。”这句话仔细回味几次，不仅仅是在说对做汽车的领悟和判断，我觉得更多的是在一个人的选择上和梦想的实施上，这句话就这样不知不觉的影响我，做一件事就要把他当没有终点的方向去奔跑，不要只是为了达到目的而去。到目前为止，不得不说李书福是个短将。曾经的李书福讲究经济实用，连30元以上的衬衣都舍不得穿。做西装一做就是十件，而且款式一模一样都是藏青的。而今日李书福了，不仅开始穿了一些新款西装，颜色也多样化了，就像他研制开发的吉利汽车款式多了，颜色鲜了，让更多购买汽车的人们有了更多自主的选择。李书福从19岁开始就骑单车挨家挨户为相邻的

照，到后来开办冰箱厂赚取第一桶金，从近乎莽撞地进入汽车行业，到后来出乎意料地成功收购瑞典豪华轿车公司沃尔沃，李书福的成长轨迹堪称中国汽车行业的奇葩。

■ 把握方向去践行

当吉利收购沃尔沃消息传出时，令无数人质疑，上汽那样的实力连个双龙都收拾不了，沃尔沃也亏损严重，瑞典人自己都经营不好的项目，吉利又如何能将这个烂摊子摆弄好呢？没有人提过，在2009年，吉利和沃尔沃讨论收购时，瑞典人是多么的吃惊和难以接受，拉尔斯·丹尼尔森回忆当时听说吉利要收购沃尔沃时的情形。他说，“当时真的震惊了，包括我本人根本不相信这种事情发生，吉

尔沃与吉利可生情愫，只需要获得家长的支持和祝福。

李书福说，吉利收购沃尔沃是“高攀”，就像一个农村的穷小子娶了一个高贵的公主。这种低调、谦逊、质朴的态度赢得了沃尔沃公司的认可，而且为他在沃尔沃赢得了尊重。

情感攻势只是一方面，李书福的战略规划也很吸引人。在与福特高管和工会见面时，李书福提出了三点：第一，吉利是吉利，沃尔沃是沃尔沃；第二，充分给管理层自由，让沃尔沃自由行驶；第三，未来，在巩固欧美传统市场的同时，重点拓展中国等新兴市场。没有谁能够准确说明李书福为了收购沃尔沃用了多少心思，但是从他的一言一行我们看到的李一直在为他的梦想努力。



沃尔沃汽车集团董事长李书福与总裁兼首席执行官汉肯·塞缪尔森

“一个人有没有梦想不重要，重要的是有一个梦想并且一直执着地追求下去，无论路途遇到多少狂风暴雨，艰难险阻都一如既往地行走，这才是人生真正了不起的。”

利控股有这个能力吗？在瑞典，很多人对中国汽车企业并没有多少信心，这一如沃尔沃工会对李书福的质疑。

后来，实际上是沃尔沃请求福特集团把自己嫁给吉利的。沃尔沃汽车设计副总裁彼得·霍布里是这样描述的：“沃尔沃跑到福特那儿说：父亲请你把我嫁给吉利吧！因为吉利是那么爱我，它比我们年轻很多，充满了活力。”如同电影中戏剧化的一幕，

他投资四川绵阳市某监狱下层的汽车厂，获取了70%的股份，进入了汽车业。后来，李书福获得该汽车厂的全部股份。

李书福还多次试水国际并购，他收购英国的出租车公司——英国蓝翎公司和世界第二大电池箱公司——澳大利亚DSI变速箱公司，这些并未被大肆宣扬，直到沃尔沃。

李书福的每一次收购在外界看来都是果断而富有成效。俗话说：“机会是留给有准备的人”在做一件事之前，前期的工作尤为重要。李书福在汽车领域里摸爬滚打，谁也不会知道在收购沃尔沃之前，李做了精心的准备。吉利收购固然不是一意孤行，也不是冲动的决策，而是机遇加上努力创造了又一个传奇。

“我们一开始出价是45亿美元。”李书福说。1999年，福特花64.5亿美元收购了沃尔沃，在2007年前后吉利和沃尔沃洽谈收购时，沃尔沃向全世界公开挂牌，报价为60亿美元。当时，在衡量评估后，吉利的报价是45亿美元。与沃尔沃关于收购的对接洽谈进行了两年，到2010年，大局已经完全发生了变化。因为全球金融危机，整个全球资本市场，以及全球的交易都趋于非常低谷的阶段。

“那个时候全球的大型交易基本上都停止了，沃尔沃在金融危机后大幅贬值。2010年3月28日21点，吉利与福特达成协议以18亿美元的价格收购瑞典汽车。吉利收购沃尔沃画上了完美的句号，至此沃尔沃走进中国汽车行业也才刚刚起步。

■ 从45亿到18亿

在做汽车之前，李书福的身份是“晋岩市华天摩托车总厂”的老板。1993年，在成为冰箱厂老板后，李书福开始想造摩托车，在申请生产许可证碰壁后，他开始了自己的第一次收购，买下了杭州一家濒临破产的摩托车厂，6年后，李书福又想做汽车，但同样没有生产许可证。基于国家那样生产的管控，李书福很清楚自己是不可能拿到汽车生产许可的，于是，

他投资四川绵阳市某监狱下层的汽车厂，获取了70%的股份，进入了汽车业。后来，李书福获得该汽车厂的全部股份。

李书福还多次试水国际并购，他收购英国的出租车公司——英国蓝翎公司和世界第二大电池箱公司——澳大利亚DSI变速箱公司，这些并未被大肆宣扬，直到沃尔沃。

李书福的每一次收购在外界看来都是果断而富有成效。俗话说：“机会是留给有准备的人”在做一件事之前，前期的工作尤为重要。李书福在汽车领域里摸爬滚打，谁也不会知道在收购沃尔沃之前，李做了精心的准备。吉利收购固然不是一意孤行，也不是冲动的决策，而是机遇加上努力创造了又一个传奇。

“我们一开始出价是45亿美元。”李书福说。1999年，福特花64.5亿美元收购了沃尔沃，在2007年前后吉利和沃尔沃洽谈收购时，沃尔沃向全世界公开挂牌，报价为60亿美元。当时，在衡量评估后，吉利的报价是45亿美元。与沃尔沃关于收购的对接洽谈进行了两年，到2010年，大局已经完全发生了变化。因为全球金融危机，整个全球资本市场，以及全球的交易都趋于非常低谷的阶段。

“那个时候全球的大型交易基本上都停止了，沃尔沃在金融危机后大幅贬值。2010年3月28日21点，吉利与福特达成协议以18亿美元的价格收购瑞典汽车。吉利收购沃尔沃画上了完美的句号，至此沃尔沃走进中国汽车行业也才刚刚起步。

■ 收购后的趋势

吉利虽然收购了沃尔沃，但是在中国的市场上它们是相对独立又相互补充的关系，在吉利收购沃尔沃以后非知情人透露，2010年9月，沃尔沃汽车在中国的零售销量为4765台，同比增长111%，前三季度销量同比增长67.8%。在全球市场，前三季度沃尔沃汽车公司共销售333865台，同比增长22.5%。从以上的数据就可以读出李书福在收购了沃尔沃的成绩。自始至终，李书福本人并没有提到沃尔沃被收购后取得的成果，他只是说，有信心，更多的是压力。这一切只是开始，也许在不久的将来我们会看到更加惊人的数目。

■ 未来的发展

回首过去，展望未来，要想经营好沃尔沃在中国市场上的品牌不是水到渠成的事。瑞典公关公司顾问大龙说，收购一家企业，是一件比较容易

的事，相比之下，怎么把它管理好，怎么去保留它的DNA、它的原本价值、它的品牌，这才是难事。

作为一个全球著名的豪华品牌，沃尔沃的预算是很大的。作为民企，李书福在吉利汽车的打造上一一直精打细算，而沃尔沃的预算让李书福毛骨悚然。根据沃尔沃瑞典公司的核算，到2015年，沃尔沃的研发预算需要115亿美元。“事实上，沃尔沃要保持它的技术和安全方面的优势，就需要这么多预算。”李书福说，“我不能去干预他们正确的决策，作为我来说，对西方的那套东西研究得不多，在这种情况下，如果我要去自作聪明，干扰影响他们的决策，那么，整个沃尔沃会面临更大的麻烦。”

“我只要有一个态度，把握方向。”李书福说，“沃尔沃全球管理层和沃尔沃中国管理层，这些人的水平比我高多了，让我具体去干话，我工作搞不了。”他不介意这会损失他的权威，他说，不懂就是不懂，不懂装懂就更没权威了。如今为了能让沃尔沃的更好发展，李书福一直在努力更新。

■ 沃尔沃反哺吉利?

纵然李书福会给沃尔沃带来希望，但李书福更希望中国自主品牌能够真正站起来。资深行业观察家贾新光告诉《中国经济周刊》记者，从初衷来讲，李书福希望沃尔沃的管理经验、技术、合作机遇给吉利带来新的机遇。

买下沃尔沃的目的在李书福的话中能略知一二。“沃尔沃是全世界最安全的汽车，业界豪华汽车，如果有可能通过努力成为吉利的合作伙伴的话，对吉利来讲就是如虎添翼；对沃尔沃也是，这是一种兄弟之间的合作。”

显然，如果沃尔沃能够借助中国市场东山再起，这将成为李书福的另一个成功，而李书福的愿景之一，还是希望沃尔沃能反哺吉利。

2006年以后，吉利开始转型，希望突破低价壁垒，让吉利品牌更加注重新技术和研发。李书福说，“你看最近三四年以来，我们在安全领域里面做了大量的工作，沃尔沃是世界上最安全的汽车，那么吉利如果不追求安全，还要和沃尔沃大吹大擂，基本上不太可能。”他说，未来，在沃尔沃的管理和技术的加持下，吉利会走得比同类自主品牌更快。

■ 为全人类的未来而努力

虽然，沃尔沃今年在全球的销量未能扭转亏损的局面，但增长势头是迅猛的。沃尔沃汽车设计副总裁彼得·霍布里说：“相比中国，瑞典只有900万人口，是非常小的。我们要开辟一个第二个本土市场，中国就是。当我们来到中国的时候，我们有了这样一个机会进入一个更大的、更广阔的舞台，这让我们面对一个非常大的机会。”

如果说，李书福组建吉利交响乐团开启欧洲巡演文化融合之旅，还有点生硬的话，当他用这种思维来管理庞大的体系和做惯的瑞典人时，或许不难走进瑞典人的心间。在说到自己的梦想时，李书福描绘的是一个全球化的公司，他说，未来，跟沃尔沃有共同的价值主张的人都可以来到沃尔沃，大家团结一心，有共同的追求，要让技术更加进步，服务更加优良，市场更加广大。他说，“大家认为沃尔沃是李书福的，李书福爱这个干什么？沃尔沃属于全人类”。

(本报综合)



李书福（左）与福特公司首席财务官布思