

<<小王之道>>

图书基本信息

书名：<<小王之道>>

13位ISBN编号：9787501786756

10位ISBN编号：7501786755

出版时间：2009-1

出版时间：中国经济出版社

作者：刘源

页数：163

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<小王之道>>

前言

传奇是人生，是历练，是智慧，是拓荒王者之道的活注解，是苦难和苦难之后无上快乐的代名词。

翻阅刘源发给我的《小王之道》书稿，品读梁伯强偷渡澳门、三穷三富的人生传奇，心里升华出许多的感慨。

几乎每一个成功者都有一部传奇，几乎每部传奇的背后都有两大特点：一是胆子大，敢闯、敢干、敢输、敢赢、敢创新；二是能坚持，直面苦难、勇于挑战、百折不挠、愈战愈勇。当然，支撑起企业成功大厦的还需要敏锐的商机捕捉力和独特的品牌营销经验。

梁伯强的人生传奇从跳海遨游11小时偷渡澳门开始。

一上岸就落入黑社会虎口，随后又从偷渡犯摇身一变成为众星捧月的港商。

为了打造一个自己的品牌，放下企业到北京走跑官发财捷径而蒙受惨重损失。

后来从一张废旧报纸上无意中看到一篇豆腐块的小文章，从文中朱镕基对中国指甲钳行业的期望看到了无限商机。

走“王者之道”，必须要有一种王者的志向、胸襟和霸气。

梁伯强掷地有声的声音是那么的志存高远、动人心魄而富有魅力：“总有一天，我们能实现指甲钳世界第一品牌的梦想！

”

<<小王之道>>

内容概要

本书通过极富传奇的梁伯强的创业故事，写生产不为人们关注的小商品企业的成长之道。这些小商品因为太小、因为远离大众的视线等原因整个行业并不大，甚至整个全球的行业市场也就几十亿元的规模，这注定了生产这些小商品的企业跟家电、IT等那些一家企业就有几十上百亿元资产的规模相比注定是中小企业。

但梁伯强却将非常小器指甲钳做到了中国第一、世界第三，真正做到了小中见大。

如何做强做大这样的中小企业，梁伯强为我们提供了一个鲜活的案例，这为那些因为资金少又没能看到出路的中小企业创业者提供了一个活生生的榜样。

<<小王之道>>

作者简介

刘源，本名刘元，2001年浙江大学毕业。

现任电脑报集团21世纪人才报主编，注册人力资源管理师。

致力于企业案例、人力资源管理、职业发展规划、企业人物的研究及写作、全球家族企业研究者。著有《福布斯富豪榜中的草根英雄》、《没有无能的员工：八戒创业手记》等书，并在《沈阳日报》等多家报刊连载。

<<小王之道>>

书籍目录

序从“传奇”走向“王者”自序小商品企业发展的榜样第一篇生活不相信眼泪 第一章世上没有救世主 “母亲告诉我，要自强不息！” 书中自有黄金屋，但不可死读 学会抗争方能自强 第二章磨难是金 跳进黑社会虎口 再苦再累，乐观面对 收获创业启蒙 做自己最熟悉的行业 找对一个人挖得一桶金 都是浮躁惹的祸第二篇打造一个响当当的品牌 第三章做别人不愿做的小产品 在新闻中挖掘商机 将每根头发变成接收信息的天线 我的优势有多大 世界是平的，你得有世界眼光 小商品也要大品牌 第四章强者基因 敢于跟一流高手过招 垄断行业顶尖人才 高品质赢来世界第一大订单 颁布行业标准做行业第一 第五章专心、专业、专注 你够专业吗 多元化之痛 专注的力量 第六章不创新就灭亡 创新带来的效益 给指甲钳重新定位 把指甲钳做成名片 “我们是卖文化，而不是卖产品” 让专利为创新护航第三篇营造氛围，实现销售 第七章创意让我们“钱”进 送礼就送“非常小器” 从名片指甲钳到第六媒体 “‘钳’系缘分，今生约定” 巧妙地做好隐形营销 第八章从借势到造势 贴牌傍大腕“钱”途光明 不会讲故事就不会做营销 乘风借力大事件 “我叫歧歧，你上过我吗？”第四篇经营人性，成就梦想 第九章打造自己的商业模式 清理不和谐的市场 培养更多的老板 摊着牌打牌的透明分配 能让员工致富才是伟大的老板 第十章让大家一起谈“恋爱” 你为什么不跳槽 爱情三部曲理论 没有制度的管理 学会被人利用 企业这个“家”第五篇全球视野，世界眼光 第十一章我“为世界剪指甲” 目标直指全球冠军 打造全球制造基地 从“中国制造”到“中国智造” 后记

<<小王之道>>

章节摘录

摆脱黑社会后，瘦弱的梁伯遇到一个小榄的老乡。

这个老乡开办了一家专门做石磨蓝牛仔裤的服装厂，老乡说，到澳门不容易啊，在我这里好好干吧，我让你包吃包住。

还是第一次听说“包吃包住”的梁伯强当时还很感激，于是就在那里成了一个搬运工。

他和另外一个年轻人从一辆载重5吨重的大卡车上卸货装货，每天3个来回，一天要搬30吨的牛仔裤！累得两人吃饭几乎都没力气。

更让梁伯强没想到的是，到了中午他才知道所谓的“包吃”就是一个盒饭，到了晚上他才知道所谓的“包住”就是把牛仔裤放在地上躺下睡就行了。

还让梁伯强没想到的是，这个“好心”的老乡给他的工钱都非常低，一个月仅有30元葡币。

而当时澳门人平均工资则是600元葡币(相当于当时人民币200元左右)。

“我记得非常清楚，我拿了他30元葡币，买了牙膏牙刷、买了一个毛巾、买了一个裤衩和背心，就没了，身上只剩下6元葡币。

害得我在这一个月里没有刷过牙，天天早上拿着牛仔裤在嘴里蹭一下，那就算搞定了。

”当年受的苦，今天的梁伯强这样戏谑地说。

但为了生存，一切都得忍。

在陌生的澳门，没有亲戚朋友，无依无靠，梁伯强不止一次地想到了退缩。

“那日子太苦了，太累了！”

”除了体力的折磨，更重要的是内心的孤寂。

当想到回小榄的时候，梁伯强又心有不甘。

千难万难冒死跳入大海偷渡澳门，鬼门关都过了，为了什么？

当初“负气”出走，而今在困难面前又“负气”退缩？

既然都出来了，为什么不闯出一点名堂来衣锦还乡呢？

眼前的困难又算得了什么！

内心挣扎不已的梁伯强不停地鼓励自己：只要坚持下去，就一定能胜利！

面对恶劣的工作环境、艰辛的劳作、体力的严重透支，梁伯强觉得自己应该换一个工作。

于是他便留意身边的用工信息。

机会总是垂青有准备的人！

生活，因细节而丰富，因用心而充实13个月后，梁伯强遭遇后来被媒体称为第一次当上“报发户”的经历。

这次“报发户”的经历让梁伯强深深地意识到资讯在创业过程中的重要性，以至于到了后来他搜集信息情报使得“每一根头发，都变成了|妾殍信自的天终”的稗摩。

……

<<小王之道>>

媒体关注与评论

把一个小小的指甲钳做到中国第一，世界第三。这已经很成功了。

成功的经验是什么？

我有一次与梁先生同台演讲，因而有机会系统了解他的企业和他的经营理念……专注就是“做最擅长的事”。专注就是“把一件事做到最好”……一对中小企业的经营者，对广大的创业者，很有参考价值。

——著名经济学家 钟朋荣 一个小小的指甲钳，能上升到国家战略的高度吗？能成为全球通行的品牌吗？

梁伯强说，“能！”就是梁伯强这个广东人，把一个指甲钳做到了世界第三。并且“将要成为世界第一”，让一个品牌关注度近乎于零的产品，成为国家领导人举例说明的案例。

——著名品牌战略专家 李光斗 同样的指甲钳，消费者为什么要买“非常小器”，而不买其它产品，这是品牌的作用。

梁伯强看到了品牌的巨大力量，和其中蕴藏的无限价值，明智地提出了做产品就要做品牌，做品牌就要做世界第一品牌。

——营销和品牌管理专家 叶茂中 (1982年)这一年的秋天，一个叫梁伯强的青年从香港又潜回到了老家——广东省中山县的小榄镇……不久后，他用扛大包和描家具攒下的3万元钱办起自己的工厂——这在三年前是根本不可能的事情，20年后他成为中国的“指甲钳大王”，产品占据全国60%的份额。

——财经作家 吴晓波 这是一个充满悖论的年代，当无数民企明星在市场经济的大舞台上表演时，活得最好的并不是那些规模最大的企业，反倒是一群忠厚老实的小商人，活得最自在。

比如，做指甲刀吧。也许这个东西上不了台面，但是商人梁伯强没几年就成了指甲刀大王，每三个高端客户中，就有两个人在用梁伯强的产品剪指甲。

——21世纪经济报王茜

<<小王之道>>

编辑推荐

《小王之道：“指甲钳大王”梁伯强的商道智慧》告诉我们在市场经济的大舞台上，活得最好的并不是那些规模最大的企业,反倒是一群忠厚老实的小商人。

宁做蚂蚁腿，不学麻雀嘴。

蚂蚁腿虽小，但也是肉，产品无国界，小王也是王。

小王虽小，但更专更强。

<<小王之道>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>