

<<话里话外话浙商>>

图书基本信息

书名：<<话里话外话浙商>>

13位ISBN编号：9787802518452

10位ISBN编号：7802518458

出版时间：2011-7

出版时间：金城

作者：隋晓明 编

页数：348

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>

<<话里话外话浙商>>

前言

山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵；地方不在大小肥瘦，有人则行。

2001年，我国经济实力最强的100个县市中，浙江占了23个，几近1/4。

无独有偶，温州人在巴西圣保罗建立了中华商城，义乌在南非开办了小商品海外分场，海宁瞄准乌克兰，杭州看中布达佩斯……以“小商品、大市场”蜚声国内的浙江，正以强烈的市场竞争意识，走出国门。

非独商界，在我国现职的1000多名两院院士中，浙江籍的院士有200多人，也近1/4。

浙江的经济已经领跑全国11年了，2009年浙江省国内生产总值达到22832亿元，从1979年到2009年年均增长13%，全省人均GDP达到44335元，全国排名第五。

然而，浙江资源匮乏，人均耕地只有全国平均的40%，国家重点投资项目也不多，是什么撑起了浙江这么多年经济的快速发展？

一份统计资料把浙江经济的巨大“魔力”彰显得淋漓尽致。

目前，在浙江全省88个县市区中，已经有85个县市区形成了块状经济，年产值超亿元的区块519个，块状经济总产值5993亿元，约占当年全省工业总产值的49%。

这些经济群落也孕育出了一个勤劳务实、勇于开拓、善捕商机，敢冒风险的浙江商人群体。

越来越多的研究者认同这样的一个观点：位于中国东南沿海的浙江商人是当今中国最具活力也是最会赚钱的人群。

知名的零点调查公司不久前在北京地区的一项企业界人士调查结果显示，浙江商人是北京市场上的超级活跃群体，广东商人次之。

在上海，浙军达50多万人，浙籍企业在沪投资总额、企业总数和资产总额，均居全国兄弟省市之首。

不仅仅在北京、上海等大城市，从通都大邑到穷山僻壤，甚至在欧陆各国城市，到处都有操浙江口音的投资者和生意人。

在各地的“浙江村”、“温州路”、“义乌街”，很难听不懂的“浙江”话成了各地的本土语言。

仅在西部省份，就有300万浙商在“你发展，我发财”。

1999年度全国民营企业“500强”中，浙江占了112家，比例超过了1/5，总量位居全国第一。

而在2000年，“500强”的“浙江产”更是达到了惊人的171家，一省就独占1/3强。

2001年，前十名增加到5家。

2002年，进入前500名的浙江省企业有188家，占全国37.6%。

然而，浙商厉害的主要不是名人大家，而是深厚的民间基础与庞大的群体阵容。

2002年底，浙江省私营企业总户数达24.73万户，注册资本2515.43亿元，户均注册资金87.19万元。

浙江现有年产值亿元以上的私营企业334家，注册资本1000万元以上的私营企业3348户。

浙江省个体私营经济总产值、销售总额、社会消费品零售额、出口创汇额、全国民营企业500强企业户数等多项指标均居全国第一。

浙江人的创业经验和经营智慧是什么呢？

艰苦创业，致富永不满足。

浙江人，特别是温州人有很强的致富欲望和创业精神。

为了致富，他们非常勤劳，敢于冒险，勇于闯天下，即使在艰苦的地方，也能寻找生机，生根发展，而且没有“小富即安”的思想，永不满足。

“白天做老板，晚上睡地板”就是生动的写照。

台州飞跃集团是我国最大的缝纫机生产基地，目前与其配套的企业达上千家。

就是在这个大企业，人们难得看到宏伟的办公大楼，企业领导和员工的办公地方仅在一层高的平房内，厂房、车间挂着醒目的艰苦创业的标语。

靠300元补鞋起家的董事长邱继宝现在仍住在仓库楼上。

企业的一位副总曾在介绍“飞跃现象”时说，飞跃始终保持和发扬知难而进、艰苦创业的作风，正是凭着这种作风，飞跃才能从小到大，从农村到城市。

<<话里话外话浙商>>

飞跃赚钱后，不是像别人那样造房子、买汽车享受，而是用于扩大再生产。

温州民营企业家大多都是凭着艰苦创业精神起家的。

正泰集团董事长南存辉、德力西集团董事局主席胡成中就是由补鞋、做小买卖起步的。

为了创业，他们挤过火车，吃过方便面。

而在积累了一定的财富时，甚至一辈子也不愁吃穿时，他们没有“小富即安”，而是继续奋斗，要将企业做成国内名牌，做成享誉世界的品牌。

温州、台州民营企业家的另一种精神还体现在敢于出去闯，善于抓住商机。

无论在黑龙江的“北极村”还是在西陲边境唐古拉兵站，无论在欧洲还是美国，都有温州人在做生意赚钱。

伊拉克战争开始后，温州企业家很快瞄准了战后伊拉克重建的商机，将温州商品运抵伊拉克，抢占生意。

报道说，在我国成功取得了2008年奥运会主办权的当晚，台州一批民营企业家就坐飞机赶到北京，取得了为北京奥运工程提供花卉、盆景的合同。

小商品大市场，造就“个性竞争力”从“一村(镇)一品”起步，就近建立专业市场，经过多次产品档次的提升，主导产业不断壮大，逐步构成了“小商品大市场高回报”和“小资本大集聚”的区域特色产业，这是经济强县(市)发展的共同轨迹。

绍兴的纺织业、诸暨大唐的袜业、慈溪的小家电、乐清的低压电器等，在这些经济强县(市)，总有一个或者几个产业不是全国最大就是最强的。

2001年，在17个经济强县(市)中，具有相当规模和竞争实力的各类特色产业区块共有33处；涉及近百个行业和几万家企业。

特色块状经济占这些县(市)工业经济的50%以上，有的甚至高达70%。

经济强县(市)集中了全省主要的“小巨人”企业和高新技术企业，从而形成了最具创新力和竞争力的产业基础。

著名的经济学家吴敬琏说：“浙江是一个具有炽热企业家精神的地方，浙江非常有利于发挥华人的才能，浙商完全可以媲美全球成功的华商。

”浙江人的创业经验和经营智慧也是中国商界一笔不可多得的宝贵财富。

<<话里话外话浙商>>

内容概要

浙江人的创业经验和经营智慧是什么呢?艰苦创业,致富永不满足。浙江人,特别是温州人有根强的致富欲望和创业精神。为了致富,他们非常勤劳,敢于冒险,勇于闯天下。即使在艰苦的地方,也能寻找生机、生根发展,而且没有“小富即安”的思想,永不满足。“白天做老板,晚上睡地板”就是对他们的生动写照。

<<话里话外话浙商>>

书籍目录

第一章 浙江人经营中的超前视野

第一节 改革春风又绿江南岸

- 一、浙江民营经济的发展
- 二、小商品走出大市场
- 三、异想天开，自由翱翔

第二节 多样化的市场经营

- 一、繁花似锦，气势磅礴
- 二、八仙过海，各显其能

第三节 面向21世纪——坚定、清醒、有作为

- 一、自强不息的奋斗精神
- 二、崇尚工商的事功精神
- 三、博纳宽容的兼容精神
- 四、注重开拓的创新精神

第二章 浙江人的经营法则

第一节 浙江人的名牌方略

- 一、创名品名牌——杉杉
- 二、中国名牌的飞翔之路
- 三、雅戈尔展现品牌
- 四、同心协力，打造名品——报喜鸟

第二节 只要合适的就是好的

- 一、长城集团三请“高工”
- 二、德力西的成长历程

第三节 浙江人经营的三大法宝

- 一、有容乃大——从乡村鞋匠到中国富豪
- 二、因势而为——柳市的崛起之路
- 三、有所为有所不为——温台现象的启迪

第三章 浙江人的创业之道

第一节 风风火火闯九州

- 一、敢想敢干的李书福

.....

第四章 名行业，新理念

第五章 浙江人的骄傲

第六章 浙江人在全国

第七章 风云浙商的智慧

第八章 浙江企业巡礼

第九章 向不可能说再见

第十章 洪涝模式新析

第十一章 透析“浙江人经济”

第十二章 政府·中流砥柱

参考书目

<<话里话外话浙商>>

章节摘录

版权页：一、撑起中国小商品经济浙江义乌的中国气派是从“小”做起的。

在既没有交通枢纽地位又缺乏制造业基础的义乌能够形成中国最大的小商品市场，曾经确实让许多人迷惑不解。

然而，在目睹义乌的仿效者建起的许多气势恢宏的商品交易市场变得门可罗雀之后，人们对义乌的看法可能由迷惑演变成好奇。

“小商品，大市场”。

这差不多是义乌中国小商品城的经营户都知道的一句话。

这句话今天听起来和在大街上正流行的顺口溜已没有什么不同，但在20年前就已经领悟其中商机的只有义乌人。

他们当时还过着比较穷困的日子，在几条破烂不堪的小街上租用摊位，靠出售一些小商品聊以度日。

这样的小本买卖当然赚不了什么钱，他们从中却学会了中国式的生意经——老百姓日常生活需要越来越多的适用小商品，小处着眼是无本生意人进行原始积累的唯一出路。

人们日常生活对各类小商品的需要仍然是催生中国小商品城的最初动力，从牙刷、毛巾到五金、食品，越来越多的经销商开始聚集义乌，并不断地扩大其辐射范围。

他们不知道，他们所做的一切有朝一日会在中国小商品交易经济历史上占据如此重要的位置。

这种旺盛的人气经过政府的有效组织，日益形成强大的集聚功能。

一个堪称中国最大的小商品交易市场也自此迈出了走向良性循环的第一步。

从1982年到1996年，义乌中国小商品市场的年成交额也由392万元增加到185亿元，市场经营面积由4000多平方米增加到39万平方米。

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>