

<<新徽商>>

图书基本信息

书名：<<新徽商>>

13位ISBN编号：9787807413813

10位ISBN编号：7807413816

出版时间：2009-1

出版时间：文汇出版社

作者：张建华 主编

页数：234

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>

<<新徽商>>

前言

在皖南崛起的徽商，发端于东晋，活跃于南宋，鼎盛于明清，在当时的历史条件下，贾道儒行，驰骋商海，足迹遍布大江南北、黄河两岸，远达日本、暹罗（今泰国）、东南亚各国和葡萄牙，其商业资本之巨、活动区域之广、经营行业之多，为民间商帮之最，以致称雄商界三百余年，赢得了“无徽不成镇”的美誉。

与之相伴相生的徽文化更是博大精深，涵盖文、史、哲、经、医等诸多领域，形成了包括新安理学、新安医学、新安画派、徽派建筑、徽菜等在内的文化体系，徽学是中国三大地方学之一，堪称中国传统文化的一支奇葩。

可以说，一部徽商的创业史，就是中国封建社会工商业的一次崛起史、商业文化的一次革命史。

祖先留给我们的这一珍贵遗产，充分体现了安徽人敢为人先的创造精神、不屈不挠的创业意志、主诚信的商业理念和同甘共苦的群体意识。

徽商的成功之道，一是徽商的创业精神，二是徽商创新能力，三是深厚的文化根基。

徽商的创业精神表现在拼搏、勤俭、谦让、诚信等方面。

徽州有句广为流传的民谚：“前世不修，生在徽州，十三四岁，往外一丢。”

许多著名徽商从小就离乡背井，出外学艺，奋力拼搏。

他们重勤俭，重自强自立，行谦让之德以营造和谐的周边环境，信奉“世事每逢谦处好，便宜多自吃亏来”，“忍半时风平浪静，退一步海阔天空”。

因此，徽商的客户关系、同行关系、宾东关系、政商关系特别融洽，为自身发展增强了合力，减弱了阻力。

商以诚为本。

内容概要

徽商的文化根基深厚，从区域文化特征上看，徽州是明清两代主流文化——以儒学为基础的程朱理学的发源地，儒学的伦理道德观念成为一代徽商精英创业、创新的指导思想。

“儒商”是徽商的主要特征，徽商以儒学为指导思想，形成了具有共同的观念信仰、伦理道德、礼仪风俗的“文化特质”，建立了一种以同行公认、自愿遵守的商业行为制度为特征的“文化模式”。

如在商业行为中，“以诚待人”、“以信接物”、“以义为利”、“以人为本”；在创业发展中“讲勤俭”、“讲谦让”、“讲和谐”、“讲效益”；在学习修养中提倡“自主自立”、“行而后知”、“学无止境”、“学以致用”；在资本再投入中，回乡办学、修路、兴建公益事业，回报故里蔚然成风。

徽商贾而好学，既促进了“徽文化”的昌盛，又成为振兴徽商的强大动力。

本书向你介绍了巨人集团董事长史玉柱、中国建材国际工程有限公司董事长彭寿、上海宇培（集团）有限公司董事长李士发、上海聚为投资有限公司董事长唐晖、书法家、鉴定家、收藏家、企业家宣家鑫、比雷福国际钢铁集团(香港)有限公司董事长史一松等著名徽商的成功足迹。

书籍目录

序前言巨人的征途——记巨人集团董事长史玉柱在传统与创新之间——记中国建材国际工程有限公司董事长彭寿胸有乾坤气自华——记上海宇培（集团）有限公司董事长李士发创意徽商——访上海聚为投资有限公司董事长唐晖世事皆学问，商儒也潇洒——访书法家、鉴定家、收藏家、企业家宣家鑫诚信走天下——记比雷福国际钢铁集团（香港）有限公司董事长史一松享受精彩人生——访香港划云集团董事长朱盈贾名而儒行——访上海雅格艺术品有限公司董事长、五角场800号艺术区总经理马林华丽的篇章——记上海明月光生物科技有限公司董事长韩凤丽从黑土地走出的“大脚丫”——记上海大脚丫皮革有限公司总裁金四海勇创第一的安徽人——记上海市阜阳商会常务副会长金从安一个新徽商的市场法则——访上海泰洁洗烫设备有限公司董事长洪术年夕阳产业也辉煌——访上海支江机械设备有限公司总经理支新建“鸭司令”传奇——记上海晨欣食品有限公司董事长谢道兵

章节摘录

巨人的征途——记巨人集团董事长史玉柱2007年11月1日，美国纽约证交所，史玉柱穿一身白色运动服，敲响了上市的钟声，向世界宣告巨人归来。

巨人在纽约上市的意义只有一个，就是在全球经济的制高点上高调回归。

这是史玉柱心中的一个情结，更是在实现他当初为企业命名为“巨人”的初衷。

否则，你就无法解释，为什么在面临上市的关头，他将“征途网络”改为“巨人网络”。

尽管早在2001年，他就注册了上海巨人，但那是因还清了巨人大厦的债务而不得不浮出水面，此后人们还是只知脑白金而不知巨人。

这一次，他是站到了比巨人大厦更高的空中，而且站得异常稳健。

当初巨人大厦轰然倒下后，史玉柱面临着两种选择：要么把这座大厦重新竖起来，要么建一座更加宏伟的大厦。

他选择的是后者。

史玉柱曾经称自己是“最著名的失败者”。

其实，历史上最著名的失败者是项羽，最失败的地方不是四面楚歌中的全军覆没，而是连自己的信心都被消灭了。

项羽是个脆弱的男人、多情的男人、自尊的男人，但不是个成功的男人。

他唯一成功的地方，是使自己成为最著名的失败者。

史玉柱的徽商祖先胡雪岩也是个著名的失败者，那是，命运使然，他失败时已经没有机会、也没有时间东山再起。

而史玉柱的失败，则只能是下一次成功的起点。

巨人情结不独史玉柱有，整个人类都有：东方的中国传说中有刑天，在被砍去头颅后，以脐为嘴、以乳为眼，挥舞干戚继续战斗；西方传说中的大卫，也是顽强的斗士，最终射杀巨人哥利亚而成为犹太之王。

由此可见，史玉柱的巨人情结，继承了自古人性中就拥有的坚强与战斗的本能，使他可以接受很多次失败，但不能接受最后一次是失败。

一个巨人行走的征途，总是有山水相伴的。

归来是必然的选择史玉柱的归来是必然的。

众所周知，史玉柱靠巨人汉卡起家，并且在珠海巨人如日中天时开拓了保健品业务。

很多人认为这是巨人大厦轰然倒塌的主因之一。

只有史玉柱本人清楚，在1994年以后，全世界计算机发展日新月异，汉卡早已失去了存在的必要，他所赖以起家的发明和技术优势已荡然无存。

他面临着新的抉择：是继续从事软件，还是投资硬件？

搞软件，抗不过猖獗的盗版；搞硬件，他没有核心技术，也没有充足的资金。

他请了一批专家来论证，巨人下一步到底该往什么方向走。

后来得出结论：保健品行业在21世纪的发展将排在IT行业前面。

于是，在1994年上半年，巨人改行做保健品了。

连史玉柱自己都没有意识到，保健品业务没有救活巨人大厦，却悄然铺开了他未来的回归之路。

史玉柱在安徽统计局时的领导朱家功曾在巨人集团倒塌、史玉柱最失意落魄的时刻去珠海看他。

朱家功说他当时看到，史玉柱一直在电脑上忙碌，“脑白金”已经在谋篇布局。

朱家功不解地提出疑惑：“‘脑黄金，刚失败，‘脑白金’怎么行？”

”那位“穿格子衬衫、短裤”，“每天闭门不出，在400平方米空空荡荡的房间里踱来踱去”的年轻人的回答简直就是一个胜利者，而非一个3,5亿元的负债者：“花不了多少钱，肯定行。”

”1998年，在珠海到无锡的公路上奔驰的一辆面包车里，史玉柱对20多个月没领到工资的员工说：“等我有钱了，一定补偿你们……”面包车到达无锡，从全国各地又汇聚过来不少员工，一共100多人。

这时依然发不出工资，便又走了一些人。

史玉柱找朋友借到50万元，拿出5万元补发工资。

<<新徽商>>

困难时期定的工资标准是，副总级别每月800元。

剩下的钱，15万元给无锡一家公司生产脑白金，留出15万作预备资金，还有15万全部砸向了江阴市场。

这个阶段营销以推广概念为核心，主要通过小广告、新闻报道、健康常识等一切可以利用的形式，向可能的消费群体灌输脑白金的概念以及有利于该产品的知识。

江阴第一个月赚了15万。

史玉柱拿这15万加上15万预备资金，全部投入无锡市市场。

第二个月就赚了100多万。

跟着是南京市、常州市、常熟市……江苏市场很快被全面启动。

吸取巨人3亿元应收烂账的教训，这次史玉柱宁愿倾尽所有猛砸广告，也决不赊账。

为集中广告的火力，史玉柱在每个省都从最小的城市启动市场。

在浙江，首先启动台州。

先猛砸一个月广告和报道，受广告影响的消费者就会去商店问有没有脑白金，问得多了，商店就会问经销商有没有脑白金，“经销商就会找我们。

”此时，史玉柱坚决要求手下坚持现钱提货。

台州典型树立之后，在其他城市遇到经销商要求赊账，史玉柱就请经销商问问脑白金在台州卖得好不好。

一问，台州一个月可以卖300万。

经销商自然会接受现款提货的条件。

史玉柱主要投电视广告，很少投报纸广告。

广告创意，做了几百个，让史玉柱挑。

史玉柱最终还没有挑出更好的，依然沿用了脑黄金旺季使用的广告词：“今年过节不收礼，收礼只收脑白金！”

”一年半之后，脑白金在全国市场铺开，月销售额达到1亿元，利润达到4500万。

1999年7月12日，上海健特成立。

健特是英文巨人GIANGT的译音。

但史玉柱依然隐身，他不是健特的法人代表，也不是股东，只担任“策划总监”。

如果说在纽约上市是巨人归来的宣言，那么，还巨人大厦所欠的钱就是巨人归来的第一个信号。

还完欠款后，2001年2月6日，史玉柱在《解放日报》第4版上印了两个20多厘米见方的大字“感谢”。

“感谢”下面，史玉柱发一通感慨：“十年前，巨人创造过辉煌；四年前，巨人跌入低谷；新世纪，巨人从上海复出；感谢上海优良的投资环境、良好的政策环境；感谢上海人民的厚爱。

史玉柱真的重新站起来了。

”创新是不变的法则巨人归来的征途是从他倒下那天开始的，但他行走的方式却从未改变过。

如果概括起来只有两个字：创新。

因而，他的每一次创业都会引起业内，的剧烈震荡和重新洗牌。

1988年，从深圳大学研究生毕业，史玉柱回到安徽省统计局工作。

没几天，就提交了辞职报告。

他向朋友借了一台IBM电脑，开始在家中编写文字处理软件。

他是从统计局的工作中看出这个市场需求的，当时每个单位都花2万元购置一台四通打字机，同时也购置电脑。

大多数情况下，电脑总是被放在一旁不用。

他就想编一套软件，取代四通打字，直接用电脑打字。

半年之后，M-6401在史玉柱合肥的家中诞生。

史玉柱送了一套给原单位。

几张软盘一装，就能打出比四通打字机24点阵更漂亮的64点阵字，而且，编辑屏幕比四通打字机大很多，单位的四通打字机从此被放到一旁没人用了。

此后的故事，人们都耳熟能详了。

<<新徽商>>

史玉柱怀揣他命名为“汉卡”的M-6401来到深圳，以多加1000元钱、延期半月付款的方式，从电脑公司搬回一台电脑。

他又以同样的方式，在《计算机世界》上刊登了广告。

随后便是备受煎熬的等待。

直到第十二天，他终于盼到了第一笔汇款。

整个过程惊心动魄，极富传奇性，因此人们都认为史玉柱天性好赌，而且一赌成功。

其实，他的成功不是因为赌，而是他那极具市场潜力的创新。

如果没有M-6401，无论如何也是赌不赢的。

严格地说，史玉柱在电脑技术方面的创新只能算是雕虫小技。

尽管他也曾被人们称为中国的比尔·盖茨，但是，无论是技术含量上还是对行业的影响力方面，中国巨人都无法与美国微软相提并论，更不用说改变或者制定一个行业的规则了。

然而，史玉柱真的是一个能改变规则的人，他改变的是市场规则，这才是他最具价值的创新所在。

汉卡时代，史玉柱对市场的驾驭能力就初现端倪。

1991年8月，M-6403桌面排版印刷系统问世，这套软件在造字功能、自定词组、联想功能、编辑排版系统等方面有独到之处，是对M-6401和M-6402的深化。

为了打开销售市场，史玉柱力排众议，以订购10块巨人汉卡就提供往返路费的优惠条件，邀请全国各地200多名电脑经销商来珠海参加巨人全国电脑汉卡连锁销售会，建立了一个全国性的连锁销售网络。

M-6403以惊人的速度给巨人公司带来数以千万计的收入，可以说，汉卡时代的巨人是从这时开始进入高峰期的，其备受诟病的多元化发展战略也是从此时开始。

不过，此时史玉柱也只是顺应了市场需求、挖掘了市场的潜力，还没有颠覆市场规则。

他对市场的第一次颠覆是巨人回归的生死之战——脑白金，而对市场最彻底的颠覆则是巨人归来的胜利宣言——征途网游。

在销售脑白金中，史玉柱最重要的创新是广告。

他对于广告极敏感的嗅觉，不是一般的人能够学来的。

他深谙媒体的运作规律，他所创造的营销组合令脑白金的业绩非凡，仅2001年1月就创下了2亿多元的佳绩。

脑白金软文宣传策划在业界可以说数一数二，大面积地运用半版、整版和连版的软广告攻势堪称是医药界的经典案例，像《一天不大便等于抽三包烟》、《30岁的女人是花还是豆腐渣》等文章很多人现在还记忆犹新。

脑白金的报纸广告，每篇都会注明热线电话，同时告诉消费者哪里有售，这就让广告不至于吊在高空。

每篇硬广告都有一个主标语，主标语大而醒目。

而且在登硬广告时，不登“广东”或“当地的食宣字号”，登就登卫生部批准的“卫食健字（1997）第723号”。

这点细节很多广告界人士都注意不到。

当然，最令人佩服的是那个恶俗老头老太的电视广告，从2002年开始投放电视，一直到今天，竟然坚持了六七年，而且看样子还要坚持下去，这不是一般的企业能够做到的。

由此可以看出“史氏营销方式”的始终如一。

而且很奇怪，恶俗归恶俗，可是只要它一上电视，脑白金的销售量就会直线上升。

脑白金赚了大量的钱，接着黄金搭档接力一般继续赚，然后史玉柱把它们变成价值22亿元的银行股权，作为强大的战略预备队。

这下他觉得安全了，绝不可能再重蹈巨人大厦的覆辙。

他开始考虑杀一个回马枪，让巨人重回IT界，只有在当初跌倒的地方爬起来，才能说是真正意义上的回归。

当巨人携着《征途》网游风尘仆仆地归来时，竟使大多数网络游戏圈内人诚惶诚恐，一面拼命学习如何将用户免费变成日进斗金的全新模式，一面频频摇头，因为《征途》打破了很多国际网络游戏界公认的规则。

<<新徽商>>

2004年，史玉柱创办了上海征途网络技术公司，着手《征途》的研发。至2005年底，公司共花去4150万元，其中的57%为团队股权激励费用，而

<<新徽商>>

编辑推荐

新徽商的成功之道在于不屈不挠的创业理念、敢为人先的创新精神、同苦共苦的群体意识、深厚久远的文化根基。

《新徽商:创业改变人生》对徽帮、徽学的发展沿革史做了简而明的介绍,对徽商的成功之道(徽商的创业精神、创业能力、深厚的文化根基)作了精辟的阐述,对这《新徽商:创业改变人生》所担承的使命,所起到的作用予以高度的评价;内容很精彩,记载、彰显、塑造了以史玉柱为代表的一代新徽商的群象(新概念、新思想、新作为),从中可以感受到具有深厚文化底蕴的新徽商发展的巨大潜力与后劲,未来的商界徽商将起到举足轻重的作用。

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>