

<<中国家具领秀>>

图书基本信息

书名：<<中国家具领秀>>

13位ISBN编号：9787509614280

10位ISBN编号：7509614287

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：黄康俊

页数：221

字数：223000

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>

## &lt;&lt;中国家具领秀&gt;&gt;

## 前言

我们正在走近一个人的世界。

这个人叫周子鹏。

一个人的世界说小也小，说大也大。

具体的一个人其实很渺小，但由周子鹏这个人连接起来的“世界”却是无限的大，大到我们难以走遍，而只能慢慢走近。

周子鹏自然是他的世界的王，他一直用生命的激情在主宰着自己的世界；周子鹏同时更是另一个世界——斯帝罗兰家具世界的王，他一直以专注的事业激情，享受着创造与奉献给自己带来的无限乐趣，书写着自己的一页页不同凡响的人生乐章。

这是一个有点另类的新粤商，而且还很年轻，尚未及不惑之年，一个以“时尚”著称的“70后”，却在家具世界闯荡快20年，一手培植出“中国家具十大最具影响力品牌”斯帝罗兰，成就了一个中国家具帝国——金富士集团，旗下拥有沙发、床垫、金属家具、板式家具四个现代家具制造企业。

在中国家具行业中首个倡导“我们出售的不光是家具，更是一种生活主张”。

拥有享誉全球的斯帝罗兰及c&c等六大系列品牌，成为行业经典和时尚的风向标，更是人们“生活主张”和“生活艺术”的风向标，在中高端家具市场一骑绝尘、风靡世界。

其产品覆盖了国内一、二线城市，在国内开设1100多家品牌专卖店，其产品出口到亚、非、欧、美100多个国家并建立起自己的专卖店，将“中国创造”的家具大旗，插到了世界每个角落。

周子鹏痴迷于他的家具世界，他是天生的家具设计大师。

他无须经过所谓系统的专业院校教育，却是多家大专院校的客座教授，是斯帝罗兰首席设计师，为中国家具界设计的顶尖高手，满脑子都是一款款新鲜、热辣的“家具”。

由其独家建立的家具产品研发中心，每设计一款新产品，几乎都在中国家具业中引起一股模仿、跟风的潮流，被抄袭假冒，以致成为行业的一种“怪现象”，更是“害”得斯帝罗兰一年到头疲于与他人维权打官司。

周子鹏最大的爱好是踢足球，除了做家具，踢足球几乎成了他的“专业”，要知道，他不是一般的“球迷”，而是一个执著于自己上场的足球队员。

他从11岁起就爱上了踢足球，花了数百万元在自己的工厂兴建了两个“专业”足球场，在企业设立足球俱乐部和少年足球队，每个星期自己至少上场参加两场足球比赛。

他为所在的龙江镇常设“斯帝罗兰杯”足球赛，他刻意把龙江镇办成“中国足球名镇”。

他的另一个身份是龙江镇足协主席，他以一股热烈的激情来对待自己的事业和人生，从而创造出一个充满激情的团队。

在足球赛场上，周子鹏只是一个球员，一个永远穿着9号球衣的前锋，是团队中的一分子；在金富士集团，他虽是掌握帅印，却不以帅居，而是与众“同事”一起合作的成员，是一个永远打扮时尚却脚踏实地做事、爱唱谭咏麟《成功需苦干》而胼手胝足体验的实干家。

周子鹏把自己在足球场上的竞技激情，带进了金富士，带动了金富士人以同样的激情投入自己的事业，从而形成了一种周子鹏个人特有的“气场”，这种气场成了金富士人的精神旗帜，让其所有成员在任何场合做任何事情，都积极向上，充满激情，充满阳光，体现时尚，造就出一种独特的金富士企业文化。

可以说，周子鹏不仅是金富士的企业领袖。

更是金富士人的精神领袖。

一支优秀的团队，一定拥有一个优秀的团队领导，领导人能力的强弱决定整个团队战斗力的强弱。

拿破仑说，绵羊统率的狮子兵团战胜不了狮子统率的绵羊兵团。

周子鹏便是一头出色的业界雄狮。

原创的斯帝罗兰作品已经成为一个民族时尚家具的代名词，斯帝罗兰家具成了今日国内高端家具生产的风向标，其一举手、一投足都成了人们的效仿对象，因而成就了“中国家具十大时尚品牌”、“中国十大原创设计品牌”、“中国家居业十大时尚品牌”，其企业被认定为“广东省家具行业设计创新研究基地”，在中国家具行业中书写了一个现代传奇。

## <<中国家具领秀>>

作为“70后”新粤商，周子鹏集中了珠江三角洲年轻企业家的特质和中国企业家的优秀品质，富有创业激情和想象力，敢为人先，开放兼容，务实肯干，善于创新。他借钱创业，依靠创新抢占先机，创造了世界的多个“第一”，把一个6人的床垫小作坊，做成一个数千人的现代化家具王国，从创建中国家具制造重镇第一家品牌展示厅到全国拥有千余家品牌专卖店；从产品出口100多个国家和地区到建立品牌专卖店，再到登顶国际家具设计金奖。这也奠定了龙江镇家具在中国的霸主地位，甚至成为国人认识龙江镇的一个新的文化符号，从而在顺德龙江镇这个中国家具制造重镇众多的“星星”中跃升为一轮“月亮”，而为“众星捧月”。这是一轮值得我们期待和仰望的“明月”。诚然，这不仅仅是一个人的世界……

## <<中国家具领秀>>

### 内容概要

由中国作家协会一级作家、教授黄康俊新著的本书是我国第一部反映家具业企业和个人的专著，标志着中国家具行业企业文化建设中企业家传记从无到有的一次质的飞跃，具有重要的历史价值和重大的现实意义。

本书讲述“一个世界家具新锐的经营传奇，一个中国‘70后’大商的成功典范”的故事——金富士集团总裁、首席执行官周子鹏先生以独到的“周氏管理经营思想”和“周氏团队精神”，创建出一个“民族的金富士，世界的斯帝罗兰”，建立起一个领秀中国家具的帝国，成就了“中国家具十大时尚品牌”、“中国十大原创设计品牌”，企业被认定为“广东省家具行业产业设计创新研究基地”，在中国家具行业写下了一个现代传奇。

## 作者简介

黄康俊：中国作家协会一级作家。

北京师范大学、鲁迅文学院文艺学研究生、文学硕士。

著有长篇小说《南中国海佬》、《热带岛》、《深海船》等五部；著有报告文学《中国典范家园》、《中国鳗王》、《中国第一刀》、《中国经典》、《中国刀王》等20多部。

作品在全国省市获奖60多项，其中《深海船》获1991年度中国作家优秀作品奖，《雪鱼》获第五届花城文学奖，《麦贤得之妻》获《人民日报》1994年优秀散文奖。

作品被翻译成英、法、日等多个国家文字在海外发行。

1991年被广东省政府授予“广东省十大优秀青年知识分子”称号。

入载《国际名人录》、《世界优秀人才大典》等十多部辞典。

<<中国家具领秀>>

书籍目录

- 第一章 与生俱来的商品意识
- 第二章 那个9号球衣少年
- 第三章 我有我梦想
- 第四章 敢试，就有机会
- 第五章 就想有自己的金字招牌
- 第六章 变则通，通则达
- 第七章 斯帝罗兰，生活的艺术
- 第八章 开创中国家具大展厅时代
- 第九章 运用迂回战，创建一个家具制造王国
- 第十章 走不出的诱惑
- 第十一章 设计生活的高度
- 第十二章 让“绿色”伴你入眠
- 第十三章 他的智慧你永远抄不走(一)
- 第十四章 他的智慧你永远抄不走(二)
- 第十五章 民族的，更是世界的
- 第十六章 西方家具列强的关注
- 第十七章 总比别人多一种主张
- 第十八章 是鉴赏，更是肯定
- 第十九章 周子鹏巨献之：紫醉晶迷——开创中国奢华家具新时代
- 第二十章 沧海横流，方显英雄本色
- 第二十一章 赢在中国，悍马功劳
- 第二十二章 周子鹏巨献之：GOVERNOR(总督)——倡导一种健美睡眠文化
- 第二十三章 有家就有斯帝罗兰
- 第二十四章 打“李鬼”，意在文明与进步
- 第二十五章 北方有香河
- 第二十六章 社会在肩，大爱在心
- 第二十七章 手做家具，脚踢足球
- 第二十八章 激情与快乐，比赚钱更重要
- 第二十九章 周氏团队精神(一)
- 第三十章 周氏团队精神(二)
- 第三十一章 创新，皆有可能
- 第三十二章 常规是用来打破的
- 第三十三章 拉着大家一起挣钱
- 第三十四章 只有共赢才是真赢
- 第三十五章 让孝亲、感恩成为企业品格
- 第三十六章 更注重的是精神的延续
- 第三十七章 成功是成功者的通行证
- 附录一 寻找中国家具原创力量——周子鹏对话媒体
- 附录二 盲目创业换经验是负债——周子鹏对话大学生

章节摘录

版权页：插图：在运筹第三轮战役时，周子鹏始终坚持把斯帝罗兰品牌攻略放在第一位。他以建立产品品牌优于企业品牌和企业家品牌之上的“走对的路”原则，在企业进入新世纪，具备延伸产品价值的条件下，首先在企业内部组建了产品设计与研发机构，开始走上了品牌自主创新的新路。

直至今日，金富士产品的原创性、唯一性、标杆性，始终是其一直领衔行业风向的最值得骄傲的“灵魂”所在。

接着，凭借企业软、硬实力的提升，周子鹏在进入2004年的初春，开始发动了两轮新营销高潮。

第一轮新营销交易日：参加第十三届中国广州国际家具博览会，让斯帝罗兰之花尽情绽放，走向国际纵深舞台。

周子鹏忆述：“我们在2001年3月头一次参加第一届龙家具精品展览会这样的展会，就获得了巨大成功，被授予产品设计金奖，之后经销商蜂拥而来签约，市面上斯帝罗兰十分好卖，以至生产跟不上销售。

接着，经销商便叫我们不要再参展了，因为别的厂利用展会抄袭、复制我们的产品，也冲击了我们的正牌产品。

所以，从第二年起，也就是2002-2003年，我们都不敢（用）再参加展会。

说来也有点傻，我们当时为什么不加紧扩大生产，加强知识产权保护，以加快发展步伐？这也是我要深刻吸取的一次经营教训，即使2001-2003年，看起来发展很快，其实还没积极跟进、乘势而上、全力而为。

也就是到了2004年，我们在鹤山的产业基地建起来后，产能提高了，产品档次也提高了，所以，我们才觉得要大举革新营销模式，尽快把品牌做大，把产品大量卖出去，而且还要卖个好价钱，也就是说，把斯帝罗兰做成一个国际高端家具品牌。

”

## &lt;&lt;中国家具领秀&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

正在迅速崛起的中国“70后”这代企业家，具有与“40后”、“50后”和“60后”等创业群体明显不同的个性特征，周子鹏先生便是这个群体的代表人物之一，其奋斗历程与经营之道是一个颇具特色的成功案例，为包括大学毕业生在内的当代青年的自主创业提供了很好的典范，同时，也值得管理学界及各行业的企业家们予以关注。

——北京大学社会责任与可持续发展研究室执行主任刘鸿雁斯帝罗兰是中国最大的沙发企业之一，其品牌在国内外享有较高的知名度，特别是周子鹏先生提出的原创理念和“要做高端市场”的经营构想，我认为定位非常准确相信斯帝罗兰定能把品牌做大做强，做出中国乃至全球最经典的沙发，满足人们日益增长的生活需要以及国际市场的需要。

——中国家具协会理事长贾清文C&C连续数月成为我们国家时尚流行杂志《IDEALLIFE·IR》的封面，为伊朗德黑兰外来顶级品牌之一，深受我国顾客青睐、周子鹏先生一直是最信赖的中国朋友，我们合作得很愉快。

——伊朗Harmony公司首席执行官Farab先生作为“70后”新粤商，周子鹏集中了中国企业家的优秀本质和珠江三角洲年青企业家的鲜明特质，富有创业激情和想象力，敢为人先，开放兼容，务实肯干，善于创新。

这个家具界人称“时尚先生”的周子鹏，骨子里生就一副时尚气质，其精神世界更是时尚的倡导者和追捧者。他把他的“金富士”带进了一个全新的时尚家具世界中，多年来，一直领衔中国家具行业时尚产品的最前沿、原创的斯帝罗兰家具已经成为一个民族时尚家具的代名词，成为了今日国内高端家具的“风向标”，在中国家具行业书写了一个现代传奇。

——本书作者黄康俊



编辑推荐

《中国家具领秀:周子鹏的世界》：世界家具新锐的经营传奇，中国“70后”大商的成功典范。

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>