第一图书网, tushu007.com

<<创富榜样>>

图书基本信息

书名：<<创富榜样>>

13位ISBN编号：9787513603317

10位ISBN编号：7513603316

出版时间：2011-3

出版时间：中国经济出版社

作者：曹荣，涂学梅　著

页数：189

字数：170000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

“ 浔商之子 ”胡志庆，是一位军人出身的企业家，他不仅具有高瞻远瞩的战略眼光、运筹帷幄的大将风度，而且具有军人般的铁腕作风，行事果断，做事大气、决绝。
从农民到军人，再到企业家，胡志庆的故事是一个一介草根蜕变为军人企业家的传奇，是 · 个普通人创业、创新、创造、创富的典范。

本书描绘了胡志庆和他掌舵的永吉木业的成长历程，再现了他凭借草根精神从农村走出来创立永吉木业，并一路披荆斩棘如今独领风骚的传奇经历，展示了一个富有闯劲和创新思想的军人企业家精彩的创业传奇和独到的商业智慧。

本书力图通过第一手的资料，实景展现行业领先企业的全貌，深入挖掘企业创始人的特质，深刻阐述企业家的所思所想、所作所为，为行业树立学习的榜样和可借鉴的模板。
衷心地希望所有胸怀大志、敢想敢干、具备创新意识的人能像胡志庆一样创出自己的一番新事业、新天地。

作者简介

曹荣，管理学者，励志专家，跨证券、地产、文化传播三界，拥有房地产、IT、文化传播、新闻出版等行业丰富从业经验。
著述50余部，包括《地产枭雄许家印》《胡雪岩绝学》《哈佛经理手册》等图书。
曾策划出版畅销书《创：美国商界巨子特朗普的商业智慧》《一个文人的地产江湖：回首我在地产圈这十年》。
2009年创立北京中图商智出版咨询有限公司并任总经理，现正组建商智传媒集团，致力于打造全媒体出版与销售专业平台／文化营销与财经公关专业平台。
涂学梅，北京大学硕士研究生毕业，擅于写作企业经营管理案例，策划出版过《菊花香（终结篇）》《安琪拉的灰烬》《流浪的面包树》等畅销图书，现任北京中图商智出版咨询有限公司励志图书编辑部主任。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

序一
序二
前言
第一章　由0到无穷大：无论做得成功还是失败。你只有去做，才会有所作为
　一、浔商之子
　二、贫困也许是福，它潜藏着无穷的爆发力
　三、二炮的锤炼
　四、从“永久”到“永吉”
　五、功到自然成，“南浔新牛”屡创第一
　六、转型升级，谋划二次跨越
　七、南浔模式
第二章　战略规划：“做正确的事情”和“把事情做正确”
　一、引进外脑盛初进行初步诊断
　二、翁向东的强势品牌战略
　三、前瞻性思考，系统性规划
　四、好的战略还要有足够的支撑
　五、战略思维的成长轨道
第三章　高举创新的大旗：赶在别人否定之前先否定自己
　一、只有创新，没有守业
　二、创新是永吉生存和发展的内在动力
　三、品质国际化
　四、差异化生产，定制专属家居生活
　五、独树一帜的纳米晶砂面技术
　六、古尼拉：为中产阶层打造奢华生活
　七、准备好杀死自己的婴儿
第四章　渠道为王，赢在终端：让经销商先赢才能共赢
　一、利益平衡是厂商关系和谐之王道
　二、让经销商先赢
　三、开好经销商大会
　四、成立行业内第一个商学院
　五、惠泽大众的多重销售渠道
　六、文化营销：打造地板美学馆
　七、做块蛋糕给自己吃
　八、实施战略营销模式
　九、布局三、四级市场
　十、国际化道路上的长征
第五章　只有品牌才是永恒的：一统江湖，靠的是核心竞争力
第六章　客户至上：客户的要求有多少，我们的服务内容就有多少
第七章　以人为本：激活每一个细胞，打造永吉动车组
第八章　管理心经：血性军人企业家的成功基因
第九章　蓝海战略：雄关漫道真如铁，而今迈步从头越
第十章　地板行业的光荣与梦想：往者不可谏，来者犹可追
第十一章　生活·工作·学习：平凡之人的不平凡事
附录

章节摘录

一、引进外脑盛初进行初步诊断　　外脑盛初的咨询报告帮助永吉迅速完成了企业战略层面的规划和布局，从而掌握了发展先机，得以于2006年继续以“黑马”的姿态昂首向前。

自2000年创建之后，永吉木业“野蛮生长”了几年，尽管产值、利润节节攀升，胡志庆仍然感觉需要借助外脑对公司进行总体性的战略规划，以求再上一个新台阶。

于是，2005年，永吉木业引进北京著名的盛初营销咨询有限公司，为企业进行了战略、营销、管理方面的策划。

首先，盛初在对永吉的自身资源、发展趋势以及竞争对手的核心竞争力进行深入研究的基础之上，提炼出永吉的市场机会及关键成功要素，对现有战略进行合理纠偏，打造出一套富含竞争力的新的战略系统，制定出一系列符合永吉发展现状的战略目标及实施步骤。

其次，盛初帮助永吉构建成一个更加合理均衡的产品结构，对永吉丰富的产品体系进行了精准的细分市场定位，制定了差异化的、极具竞争力的产品竞争策略和执行体系。

最后，盛初对永吉的管理现状予以盘点，梳理组织架构、职责权限与运作流程，结合地板行业的标杆型企业与相似型企业进行对标研究，分析和整理永吉管理的基本思路与原则。

在此基础上，盛初帮助永吉打造了一个高效的组织架构，建设了一套健全的管理、经营与运作流程，以确保企业上下提高执行力。

外脑盛初帮助永吉迅速完成了企业战略层面的规划和布局，从而掌握了发展先机，得以于2006年继续以“黑马”的姿态昂首向前。

二、翁向东的强势品牌战略　　永吉应该怎样打造自己的强势品牌呢？

对于永吉而言，打造强势品牌只有一句话，那就是：超越常规营销。

……

媒体关注与评论

从农民到军人，再到企业家，胡志庆的故事是一个传奇，他的人生是一个普通人创业、创新、创造的典范。

——中国林产工业协会会长 王满

我非常坦诚地对大家说，胡总这个人比永吉地板还靠谱，因为他是一个军人企业家。

——全国政办委员、著名主持人 倪萍

在拥有“中国实木地板之都”荣誉称号的浙江南浔，胡志庆被人称为“道行很深的品牌专家”，永吉如今已经实实在在地做到了“走进去”和“走上去”。

——《名牌时报》

胡志庆常说，企业运营苦练内功是根本，同消费者亲密沟通是关键，不断学习持续创新是动力，永吉地板正是通过改变自己获得了发展，再从发展壮大带动行业进步。

——《建材与装饰》

第一图书网, tushu007.com

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