

<<民企二代调查>>

图书基本信息

书名：<<民企二代调查>>

13位ISBN编号：9787514300390

10位ISBN编号：7514300392

出版时间：2011-2

出版时间：现代出版社

作者：程继隆

页数：249

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;民企二代调查&gt;&gt;

## 前言

“民企二代”继往开来 伴随着我国改革开放的不断深入，民营企业在短短的30年间，实现了从无到有、由小变大、由弱而强的巨大跨越，成为我国国民经济持续增长、发展方式升级转变、技术创新不断进步和中国经济国际化的强劲动力。

由于我国“民企一代”——创业者们的年龄不断增大，越来越多的“民企二代”顺理成章地接过了父辈的重担。

事实上，民企一、二代交接班在上个世纪末就开始了，有的“民企二代”已经成为企业举足轻重的决策者、经营者和管理者。

据估计，未来10年，依然是中国民企由第一代创业者向第二代继承人交接班的高峰期。

“民企二代”肩负着企业变革的重任，他们是继往开来的一代。

在轰轰烈烈的企业变革中，“民企二代”在父辈们的扶持下，或已经昂首阔步地走上了民营企业经营决策的大舞台，或跃跃欲试地行将接过父辈用心血和汗水打造的企业。

这是民营企业繁衍生息的主观需要，也是民营企业发展壮大的客观选择。

笔者对已经由“民企二代”接班了或正在接班的23家民营企业进行了调查研究。

在调查研究的过程中发现，相对于他们的父辈而言，“民企二代”成长在伟大祖国改革开放的发展时期，置身于浓厚的社会主义市场经济条件下的企业经营氛围中，承载着父辈和家族对未来的期望。

作为未来民营经济实体的掌控者，他们具备了其父辈所不具备的优势和特质。

他们教育背景良好，具有较高的文化素质。

先看看那些已经接过重担的“民企二代”——方太的茅忠群毕业于上海交大电力系自动化专业，后又获得电力电子技术专业硕士学位；红豆的周海江从深圳大学经济管理系毕业，后又到南京大学、中央党校、美国马里兰大学深造；万向的鲁伟鼎赴美国名校留学5年；新希望的刘畅在美国获得HBA学位；宗申的左颖毕业于美国迈阿密大学……还有那些正在国内外知名高校接受教育的众多“民企二代”。

而与此相反，前两年全国工商联在国内21个城市进行了一次抽样调查显示，在那些老一辈的民营企业家中，有70%左右的民营企业主竟然不懂财务报表，90%以上的民营企业主不会英语和计算机，有些企业主甚至不看书、不看报，更别提钻研管理理论，进行知识更新了。

然而，“民企二代”却有着良好的教育背景，有较高的文化素质，有先进的经营理念，有科学的管理手段，有现代企业发展的必备资源。

他们拥有充足的资金储备，具有现代经营的资源优势。

在父辈也就是“民企一代”创业者们的努力和积累下，当他们将企业交给“民企二代”时，都具备了较强的规模、实力和资产。

在现代企业的发展中，充足的资金支持是抓住投资机会的先决条件；规模化的生产和经营方式是竞争的基础，知名度高的品牌是夺取市场的法宝。

尤其是在日渐规范的社会主义市场经济条件下，在所谓的“大品牌时代”、“寡头竞争年代”，这些都是“民企二代”转变经营方式、规划企业战略、塑造企业文化得天独厚的资源优势。

他们继承了“民企一代”的人脉关系，具有现成的商业伙伴。

“民企二代”不是一个个体，而是一群个体或者说是一个群体，他们都有着同样的生活方式和观念，都经历了自己选择事业还是继承父业顺势接班的思索，都接受了良好的技术和商业经营的教育和培训，都承受着当代社会对他们的质疑和期待，在这一点上他们很有可能成为一个真正的“富人俱乐部”。

据说，很多“民企二代”的聚会都堪比小型的企业高层论坛。

而这些都是经营和竞争中难能可贵的资源，也有可能是企业战略联盟的机会。

他们正值青年，具备企业经营的激情和创新精神。

这就很容易把年轻人的激情和这个时代的精神关联在一起，迸发出富有时代特色的思想火花。

## &lt;&lt;民企二代调查&gt;&gt;

安踏（福建）鞋业有限公司总经理丁志忠，在1999年上任伊始，即与公司高层做出决定：在晋江民营企业中，率先聘请乒乓球世界冠军孔令辉出任安踏形象代言人，第一个主题为“我选择，我喜欢”的形象广告在中央电视台一播出，立即在国内消费者中引起很大反响，使安踏企业和丁志忠本人迅速赢得很高的认知度。

这样富有激情的经营和企业家创业联系在一起，已经让安踏成为“我时代”营销的标杆。当然，这样的决策基础来源于“民企二代”不断创新的思维、善于利用新媒体的领悟能力和科学判断的理性。

他们与父辈一道亲身参与企业操作，具有令人艳羡的实践经验。

尽管他们缺乏操纵一个大型企业的长期经验，但是由于家族企业的缘故，在他们的成长过程中，有许多“民企二代”，既是才智过人的策划者，又是敢想敢干的实践者，他们很早甚至年龄很小的时候，就不断地参与着企业的生产、管理甚至是决策，在与父辈交流的耳濡目染中，在与父辈共同的摸爬滚打中，他们无形中中学到了许多企业经营管理知识，这是同时代人所不曾经历和值得艳羡的。

福建劲霸时装有限公司总经理洪忠信，在做“少东家”的时候，从一个普通的工人做起，赶夜工、打地铺、睡剪裁室、运货物等琐事无所不做。

在对“民企二代”调查研究的过程中，“民企二代”们纷纷表示，他们不能只是财产的继承者，如果只将自己视为财产的继承人，就是企业走向没落的开始，因为中国的古语有“富不过三代”之说。

如果“民企二代”既继承父辈的产业并考虑将事业做得长久，那么，新一代的家族企业，在“民企二代”的掌控和操纵下自然不会没落，而且会更加兴旺发达。

现代京剧《红灯记》里有这样一句唱词：“穷人的孩子早当家”，大概在中国可谓家喻户晓，其实富人的孩子同样需要“早当家”。

在社会上，或许有很多人非常羡慕“民企二代”们的幸运，有机会在中国征收遗产税前就继承成千上万甚至数以亿计的财产和家业，这应该是多么惬意和荣耀的事情啊！

然而，事实并非如此简单。

譬如，山西海鑫集团的李海仓之子李兆会，昨天还是个无忧无虑的“棒球小子”，今天就得起穿西装，坐在总裁的位置上。

在他那稚气的脸庞中，一副故作深沉的眼神，显然，只有他自己才能体会到其中沉重的滋味。

人尚且有生老病死，民营企业接班问题，也要经过一个优胜劣汰的过程。

如果民营企业着眼于长远，对“民企二代”的选择做出清晰的反应，并选择有效的用人机制和管理方式，企业自然可以持续发展。

这是世界各地所有家族企业的通则，对于中国的家族企业，“民企二代”面临着更多的特殊问题。

“民企一代”是在中国加入WTO之前成长起来的，而“民企二代”面临的环境与第一代是完全不同的。

在这种情况下，中国民营企业处于产业集中度很低的行业，很容易产生短期竞争的策略，这对于中国市场和长期竞争都是十分不利的。

所以“民企二代”只有适应现代企业的竞争规则，才能更好地发挥现有企业的优势。

现在，有不少“民企二代”是“海归”，这当然是可喜的现象。

目前中国民营企业的“海归”分为三种：一种是上世纪80年代初的完全学理工科的人；另一种是上世纪90年代中期从商学院毕业的人；现在是第三种，则多数由医学、法律以及金融服务等方面人士组成。

从这个专业结构可以看出，最近从海外回来的人更懂得资本市场的规则，从而为中国经济新的发展做了充分的准备。

而这也是中国社会今后与世界接轨的重要基础，从中国历史发展来看，这绝对是可喜的变化。

事实上，在竞争越来越残酷的市场中，中国的民营企业在资本和行业影响力上都还非常脆弱，有的民营企业甚至选择接班人都非常困难。

## &lt;&lt;民企二代调查&gt;&gt;

很多第一代民营企业的创业者尚未意识到接班人的问题，当真正把事业交给第二代时，往往是企业走下坡路的开始。

当然，国内也有民营企业已经着眼于企业长期发展，将经营权交给第三方，这的确是不得已而为之的做法。

因为中国“先传内，后传外”的思想毕竟根深蒂固，这往往让新上任的企业总经理有时也会进退两难。

所以选择合适的接班人是非常苛刻的难题。

实质上，“民企二代”对企业经营权的继承不能只拘泥于继承遗产。

国外家族企业的基金会机制，我们不妨可以借鉴。

我们看到不少国外企业都有基金会，以家族的名义进行经营，但基金的继承者本人不可以随意操纵这些私有财产，需要有经理人和监督机构进行经营，这样，决策者和公司的经营者都有明确的目的，例如，福特基金就非常有名。

随着中国市场体系的发展，民营企业也会对财富有更加成熟的运作方式。

当然，尽管和他们的父辈相比较，“民企二代”有很多明显的优势，但是，如果在今天的市场经济竞争中抱着“守业”思想，只能在固有的发展路径上重复既定的经营模式，在环境巨变和资源短缺的窘境下，势必会坐吃山空，使企业的发展陷入困顿。

自进入“十五”规划期以来，我国宏观市场即由卖方市场转向了买方市场，出现了所谓的“产品过剩”，单纯地关注制造和生产已经明显落后于市场。

加上国有企业改革后迅速增强的竞争意识，对于我国第一代民营企业家来说，都是一个巨大的挑战。恰在此时，中国“民企二代”粉墨登场，他们良好的教育背景、前瞻性的市场观念、注重技术和创新的基本品质，对于这个时代来讲，就是一场新的“创业”。

“民企二代”能否众望所归地续写传奇？

能否继往开来地再创佳绩？

能否出类拔萃略胜一筹？

原来是一个人的全能冠军，现在则是团体赛，考验的不再是创业者和创始人的眼力和毅力，而是继任者和接班人的控制力和创新力。

而能否适应新规则，能否采用最佳的技能战术配合，对于交与接两方面来说，都是很艰难的抉择。

就像一场接力赛，第一名选手的爆发力与第二名选手在巩固成果基础之上的继续领跑能力，已经成为民营企业能否兴旺发达的关键。

今后，大多数民营企业主要看第二棒——“民企二代”跑得如何了。

在父辈的鼎力帮扶下，“民企二代”们正在继续向前，在强大的精神和财富面前，他们有跌倒再爬起来的资本。

因为他们所受的教育更为规范，他们清楚地认识到自己目前拥有的财富，知晓它的来龙去脉，因此他们都在努力地用行动证明自身的价值。

正如万向集团董事局主席鲁冠球之子鲁伟鼎所说：“父辈们创造了过去，经历着现在，还将继续走下去；而我们这一代是踩着他们打下的基础、沿着他们开辟的大道前进，理应走得更好、更远。

我们不仅继承了财富，同时也继承了责任。

曾经有人担忧，由于没有经历过父辈创业的艰辛，许多“民企二代”虽然从小就拥有良好的生活条件和教育环境，但缺乏实战经验和吃苦精神，很难跳出“创业容易守业难”的怪圈。

“民企二代”的“出路”理应是“青出于蓝而胜于蓝”，虽然这对有志于接手企业并力图有更大发展的他们来说，必定也是一种更加巨大的压力。

但能否将这种压力转换为动力，正是他们能否走向成功的重要分野。

通过对“民企二代”的调查研究了解到，在父辈的支持、帮扶和鼓励下，他们并没有人们想象中的稚嫩，他们已经登上中国企业变革的大舞台，他们没有辜负父辈和家族的期望。

江山代有才人出。

从本书主人公们的言行举止、经营谋划、商战实践中，我们欣喜地看到，“民企二代”起

## <<民企二代调查>>

步高，不再是空手创业，思想价值观良好，有胆识，有魄力，尊重长辈，勇于开拓。

在继承和发扬中，有能力把企业带上参与国际国内竞争的快车道。

他们在继承财富的同时，也继承了责任。

他们无愧为促动中国民营企业腾飞继往开来的一代！

在本书撰写和出版过程中，我要感谢中华全国工商业联合会、中国企业家协会、中华全国青年联合会、中国第一汽车集团公司、接力中国青年精英协会、家业长青民企接班人专修学校等有关部门的大力支持；感谢上海大学悉尼工商学院的高杰、吉林省经委的胡志森、吉林省企业家协会的温池洪、武警成都指挥学院的刘成功、浙江工商大学的曾莉芬、广东纺织职业技术学院的冯强等老朋友、老战友为本书的采访撰写牵线搭桥、传递资料、远接近送、辛苦代劳；感谢中国企业联合会、中国企业家协会副理事长刘鹏，中国社会科学院荣誉学部委员、教授陆学艺，吉林大学管理学院院长、博士生导师赵树宽，南京大学博士后、江苏银行连云港分行行长、党委书记陆岷峰，著名民营企业家、吉林万通药业集团董事长潘首德，在百忙中为推荐本书题词献言并给予很高的评价。

程继隆 2010年12月于长春天茂城中央寓所

## <<民企二代调查>>

### 内容概要

无论安踏、红豆、波司登，还是世茂、方太、娃哈哈；无论万向、万通、万事利、还是宗申、海鑫、苏泊尔，这些民营企业不仅打造了响当当的品牌，还培养了朝气蓬勃的“民企二代”；

。从《民企二代调查》主人公们的言行举止、经营谋划、商战实践中，我们欣喜地看到，“民企二代”起步高，有胆识，有魄力，勇于开拓，正从父辈的手中接过“第二棒”向新目标奔跑，无愧为带领中国民营企业继往开来的新生一代！

## <<民企二代调查>>

### 作者简介

程继隆，1956年生，满族，中共党员。

报告文学作家，社会学学者，出版著作20多部。

曾为省刊编辑、记者，省软科学研究所所长，特招入伍到武警学院任教，转业后被多所高校聘为教授，现供职于企业研究杂志社。

近年来，把“民企二代”群体作为主要课题来研究，取得了一系列成果，发表了《“民企二代”继往开来》、《“民企二代”女掌门》等论文，《中国“民企二代”调查》、《好女早当家——中国民企第二代》、《传承——“民企二代”接班类型》等著作，被誉为系统研究中国“民企二代”群体第一人。

## &lt;&lt;民企二代调查&gt;&gt;

## 书籍目录

序&ldquo;民企二代&rdquo;继往开来丁志忠安踏（中国）有限公司&ldquo;永不止步&rdquo;的小镇鞋王安心创业，脚踏实地&ldquo;结缘&rdquo;孔令辉，追赶李宁从拒绝投资到主动上市上市是更大挑战的开始左颖宗申产业集团公司&ldquo;小丫&rdquo;扛大旗&ldquo;重庆女孩&rdquo;与&ldquo;迈阿密&rdquo;站在风口浪尖品牌在于运动从小女孩到投资大腕刘畅新希望集团公司&ldquo;新希望&rdquo;的希望横向联合求发展力争成为养猪大户&ldquo;少壮派&rdquo;观念超前乔秋生黄河实业集团公司接班似乎&ldquo;顺理成章&rdquo;在悲情中接班不能离开金钻石从3000元到100亿许世坛世茂集团公司第一城市运营商&ldquo;世茂&rdquo;父子名字各取一内敛的房地产新贵从两次转移到全国布局许涛芳上海翰纳森制衣有限公司&ldquo;大小姐&rdquo;另觅&ldquo;新大陆&rdquo;崇拜父亲的情结小女孩发现孕妇大市场&ldquo;添香&rdquo;成为新卖点建立销售终端李兆会海鑫集团公司在非常态下接班小小年纪仓促接班惊人的&ldquo;爆发力&rdquo;钢价雪崩却不见危机苏显泽苏泊尔股份有限公司世界&ldquo;锅王&rdquo;的财富梦从一口锅蹦进整个厨房与SEB合作一波三折漫长&ldquo;婚约&rdquo;终成正果吴捷中宝系&middot;日发控股集团子承父业的&ldquo;律师&rdquo;被召回的律师10亿助学基金日发，目标远大张静静上海兴盛实业发展（集团）有限公司进军高品质楼盘上市公司&ldquo;第一女董&rdquo;平静心态不平静&ldquo;新梅双塔&rdquo;&mdash;&mdash;浦东新地标得意的&ldquo;三得益工程&rdquo;茅忠群方太厨具公司继承&ldquo;家&rdquo;文化打天下&ldquo;方太现象&rdquo;的背后让家的感觉更好竞争力独具一格在管理上的突破杨惠妍碧桂园集团公司&ldquo;女首富&rdquo;的神话十三四岁&ldquo;旁听&rdquo;董事会上市诞生女首富父女的善举周海江红豆集团公司&ldquo;民企一代半&rdquo;大学教员&ldquo;下海&rdquo;惊心动魄的两跳迟到九年的总裁宗馥莉娃哈哈集团公司用&ldquo;新&rdquo;创造未来为父分担重负渐显宗氏风格一切从&ldquo;新&rdquo;开始洪忠信劲霸时装公司超越，甚至&ldquo;革父辈的命&rdquo;七岁就摆地摊的企业家引领茄克走向世界创名牌打造百年劲霸劲霸开创&ldquo;上海时代&rdquo;郑茉莉康奈集团公司&ldquo;冠军&rdquo;在继承中创新&ldquo;冠军&rdquo;是这样成长的做皮鞋的车间工创立&ldquo;破壁&rdquo;新思维高晓东波司登股份有限公司读懂父亲的责任无穷的榜样力量&ldquo;一块实验平台&rdquo;目标&mdash;&mdash;永远的创造圆海外市场拓展之梦徐冠巨传化集团公司生命的重生一步一个脚印地前行从日化拐向物流欲向非洲发展曹克波江阴模塑集团公司朝着国际化飞奔&ldquo;大曹总&rdquo;和&ldquo;小曹总&rdquo;用行动证明自己把&ldquo;中国&rdquo;带到德国去黄涛世纪金源集团公司慈善，秉承&ldquo;王者之道&rdquo;慈善，明智之举从京城到大西南慈善家&ldquo;以人为本&rdquo;屠红燕万事利集团公司出尽了丝绸风头母亲的&ldquo;左膀右臂&rdquo;&ldquo;奥运&rdquo;赐商机奥运颁奖礼服美万事利未来&ldquo;四步走&rdquo;鲁伟鼎万向集团公司继承财富，承担责任虎父闯天下，虎子守天下老鲁和小鲁的对话谦逊的&ldquo;伟鼎&rdquo;事业有成潘巍万通集团有限公司关爱万众，天人惠通童言无忌的&ldquo;总经理&rdquo;两代人的碰撞与磨合不辜负父亲的厚望



## &lt;&lt;民企二代调查&gt;&gt;

## 章节摘录

1997年，丁志忠获得家族企业的主导权。他成为安踏的总经理，父亲丁和木正式退居二线。

安踏开始了VI系统建设，逐步规范商标识别的使用，开始实施品牌战略。

2001年，北京安踏东方体育用品公司成立，开始实施产品多元化与品牌国际化的新发展战略。公司跨向运动服装、配件等服饰系列产品领域，从单一运动鞋向综合体育用品生产与销售过渡。同年，第一家安踏体育用品专卖店在北京利生体育用品商店开业，安踏专卖体系开始全面启动。根据中国商业联合会和中华全国商业信息中心统计，安踏运动鞋在2001年综合占有率已升至第一位。

2004年，安踏全面实施海外推广战略，相继在新加坡、希腊、匈牙利等国家或地区开设安踏专卖店，还在捷克、乌克兰结交合作伙伴，并以此为窗口全面拓展欧洲市场。

2005年，位于公司总部的“安踏运动科学实验室”成立，设备投资2000万元，拥有近50位研究人员，专业从事篮球、跑鞋等专业运动设备的研发。

2006年，安踏推出全新品牌口号：Keep Moving（永不止步），在福建省晋江拥有15条鞋类生产线，全年生产运动鞋890万双，各类体育用品收入达到12.5亿元。

众所周知，安踏是从一个海边小镇的作坊，成长为国内数一数二的中国鞋王，品牌的打造为其打响了第一炮。

丁志忠投身商海创业，凭借着安踏品牌连续5年获得全国运动鞋市场综合占有率第一名。

产品打破国际品牌垄断国内市场的格局，并远销欧洲、东南亚等10多个国家，实现了从“中国制造”到“中国创造”的飞跃。

在丁志忠的带领下，安踏成立了我国第一个运动科学实验室，填补了该领域国内空白，先后获得40多项国家专利。

到了2009年，中国的企业都不同程度地受到全球性金融危机的冲击，安踏的研发费用却上升至1亿元，为企业研发上千种新产品，款式突破1万种，这些新产品不仅不会降价，部分产品的售价还会上涨10%左右。

“创新让我们从容应对危机，让企业保持活力、占领市场、赢得消费者”，丁志忠说。

事实证明，安踏在创新上的投入没有白费，为企业带来实实在在的效益——2009年第二季度企业订货金额同比增长超过30%。

安踏公司在香港主板首日挂牌，募集资金达31.

68亿港元，公司股价涨幅即达44%，这使持有公司75%股权的丁志忠及其家族成员的身价超过了130亿港元。

丁志忠提出，到2011年，安踏销售收入将达到120亿元人民币，成为中国第一、世界第十。

丁志忠经过多年的市场拓展和自身见识积累，如今品牌已基本完成了全国的市场布局，终端专卖店数量也在与日俱增。

但是对于一个高速发展的品牌而言，现有的市场已无法满足品牌的发展需求，各大竞争品牌也无时无刻不在进行着市场掠夺。

拥有更大的市场份额，则意味着拥有更多的销售额，更意味着品牌处于竞争的上游。

因此，2010年继续加强品牌建设，对于安踏来说，开拓市场具有重大的战略意义。

为此，安踏非常重视品牌的建设和终端的规范。

在原来“体育营销”的品牌宣传推广大获成功的基础上，2010年继续加大品牌宣传力度，先后携手中国奥委会，为中国冬奥健儿提供装备，再一次依托专业比赛的影响力，提高品牌知名度、拉动品牌的发展。

2010年3月17日，后奥运营销时代，安踏再度出击，成为中国国家奥委会体育服装赞助商，这是安踏体育营销策略的又一次升级。

这意味着中国体育代表团将在2010年广州亚运会、2012年伦敦奥运会等11项赛事期间，身着安踏牌运

## <<民企二代调查>>

动装，亮相于世界各地。

而安踏的品牌将随着电视转播、网络转播等途径，迅速进入全球体育爱好者的视野。

为配合安踏在2010年第16届亚运会的推广，安踏和中国奥委会合作共同主办了“中国光芒，由你闪耀——安踏2010年亚运会中国代表团领奖装备设计大赛”。

大赛以“中国光芒，由你闪耀”为主题，鼓励参赛选手将作品及创意说明上传到大赛的官方网站，最终胜出的设计作品将有可能成为中国体育健儿在2010年广州亚运会领奖台上的运动着装。

……

## <<民企二代调查>>

### 媒体关注与评论

民营企业代际传承的关键是价值传承，将民营企业文化融入现代公司的制度设计，以此实现民营企业的基业长青。

《&ldquo;民企二代&rdquo;调查》揭示了民营企业的传承。

&mdash;&mdash;中国企业联合会、中国企业家协会副理事长 刘鹏 直面&ldquo;二代&rdquo;问题，需要调整社会结构，使其跟上经济发展的步伐。

《&ldquo;民企二代&rdquo;调查》真实地记录了&ldquo;民企二代&rdquo;成长、接班和企业可持续发展的故事。

&mdash;&mdash;中国社会科学院荣誉学部委员、教授 陆学艺 《&ldquo;民企二代&rdquo;调查》一书，立足本土，贴近现实，热点突出，对&ldquo;民企二代&rdquo;接班问题，透析深刻，耐人寻味，可读性强。

&mdash;&mdash;吉林大学管理学院院长、博士生导师 赵树宽 我所在的银行是中国首家&ldquo;中小企业专营银行&rdquo;，工作上常常与民营企业接触交往。

《&ldquo;民企二代&rdquo;调查》一书。

让我欣赏到&ldquo;民企二代&rdquo;的投资艺术。

&mdash;&mdash;江苏银行连云港分行行长、党委书记、南京大学博士后 陆岷峰 中国的经济离不开民企，民企的发展离不开&ldquo;民企二代&rdquo;，&ldquo;民企二代&rdquo;肩负着企业变革和再发展的重任，&ldquo;民企二代&rdquo;的成长希望得到社会广泛关注和支持。

&mdash;&mdash;吉林万通业集团董事长、著名民营企业家 潘首德

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>