<<商鉴>>

图书基本信息

书名：<<商鉴>>

13位ISBN编号：9787802221536

10位ISBN编号：7802221536

出版时间：2006-10

出版时间：中国华侨出版社

作者：吕叔春

页数：289

字数：340000

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>

内容概要

中国商人阶层一开始就表现出它的地域色彩，形成不同的流派，崛起了十大商帮。各商帮的经营项目、活动范围、经营风格、观念并不完全一样。

就是到了现在，在全球经济一体化到来的时代，各地商人经商还是呈现出不同特点。

因此，要想与各地商人做生意，并在商业活动中步步为“赢”，先声夺人，就有必要了解不同地域商人的性格特点，抓住关键，区别对待。

本书撷取了十七个具有代表性的商人群体，从各地商人的性格特点，以及经商手段入手，生动而全面地提示了商业游戏中的隐形规则。

书籍目录

第一章 北京商人 能侃心诚，重政治创神话 1. 北京商人政治味浓 2. “侃”是生产力，“哥们儿”讲义气 3. 聚媳妇打幡，跟着哄 4. 创造神话的新北京商人第二章 山西商人 勤俭吃苦，重利守义 1. “自强”与“勤俭”托起一代晋商 2. 一是守信，二是讲义，三是取利——晋商乔政庸经商之道 3. 独特的群体意识 4. 创新有效的经营手段第三章 山东商人第四章 东北商人第五章 武汉商人第六章 河南商人第七章 西安商人第八章 安徽商人第九章 上海商人第十章 宁波商人第十一章 温州商人第十二章 杭州商人第十三章 江西商人第十四章 四川商人第十五章 闽南商人第十六章 广东商人第十七章 香港商人

章节摘录

1.北京商人政治味浓 北京商人脑袋里装的除了赚钱外，就是最新最全的政治新闻，倘若有几天没了解一些国家大事，就会委实的不舒坦。

于是有人戏言：在北京街头，随便挑几个生意人，那政治水平够外地县长一级的水平。

北京商人地处“天子脚下”，得天独厚的地域优势使他们充满了自信。

由于位于全国政治中心，北京商人的商业活动都或多或少带了一些政治味。

在北京这样一个崇尚政治的背景下，北京商人养成了一种重背景、重身份的经商传统。

一位旅京的外地商人感慨：“北京人简直个个都是政治家。

” 老舍曾经揭示北京的普通市民中亦多是大大小小的“官迷”。

即使经历了建国50多年的风风雨雨，即使经历了改革开放20年来利益观念的转变，北京人对政治依然有着强烈的参与感和澎湃的激情。

作为全国的政治中心和文化中心，首都北京高官云集，外地人是“不到北京不知道官小”，北京人有着十分敏感的政治神经，他们看待任何事情都可以上升到政治的高度，谈论起政治大气凛然，大有指点江山之势。

事实上，北京人热心政治的传统已久。

历史上“五·四”运动、“一二·九”运动等一系列运动都是始于北京。

作为首都人，北京人觉得自己关心政治是天经地义的事情。

他们有着强烈的国家意识、民族意识和忧患意识。

而这些意识使北京人的人格里刻下了深深的政治信念，并逐渐演变成为一种令人钦佩的精神。

“9·11事件”以后，一位广东商人进京谈生意。

出租车上，司机和他聊起了恐怖主义。

他进商场购物，又听到几位服务小姐在谈恐怖主义。

刚进谈判室，尚未落座，对方代表就向他招呼：“哥们儿，下回恐怖分子不知又要对付哪儿了？”

广东商人不胜惊讶，并感慨地说：“你们北京人简直个个都是政治家。

” 广仔的结论并非胡言。

古希腊哲人亚里士多德曾经说过：人是政治的动物：这句话似乎就是对北京商人说的。

北京商人是货真价实、味道纯正的“政治动物”。

浓厚的政治情结使北京商人都像是政治家，朋友聚会就像是政治家沙龙，三句话上来就直奔政治主题，聊起政治大事口若悬河，如数家珍，难怪人们说“北京人侃主义，广东人谈生意”；“北京街头多口号，广东街头多广告。

”北京商人脑袋里装的除了赚钱外，就是最新最全的政治新闻，胸中存的是独到的政治见解。

倘若有几天没了解到一些国家大事，就会感到心里空荡荡的，委实的不舒坦。

于是有人戏言：在北京街头，随便挑出几个生意人，那政治水平够外地县长一级的水平。

与政治崇拜关联的，就是北京人重门第、重背景、重身份的传统。

如果你在北京街头看到一堪称英俊潇洒的小伙，挽着一位面色苍黄的“丑小鸭”的时候，没有什么值得大惊小怪的。

你很可能被告知，她是某某局长的女儿，那位男士的内心显然很平衡。

北京商人在经商过程中也常常将商业活动与政治联系起来，然后从政治背景、人事关系、领导人态度等去分析、去揣摩、去猜测、去评价。

比如说如果你的名片上赫然印的是某某大集团公司的董事长或总裁，北京商人便会对你油然而生敬意，与你认真谈生意，而如果你的家族或朋友中有在政府为官者，北京商人则会让企业中总裁一号的人物亲自出马，与你洽谈生意，并且招呼极为周到，丝毫不会怠慢。

一位革命导师说过，经济与政治是对双胞胎，诚哉斯言，要不然资产阶级的经济学教科书叫《经济学》，而我们的教科书是《政治经济学》。

一份难解的“政治情结”，使中国历史上由来已久的官商也在北京体现得淋漓尽致。

从历史上看，北京商人善于利用权力经商。

<<商鉴>>

在过去，从皇室到小吏，往往都利用手中的权力抓钱，京都生意场都是官商的气派。

在新时期，官商仍然是北京商人的一大特点。

原商业部部长胡平先生说：“京派新商人一般从传统商人和政府官员中脱颖而出，经商方式比较多地表现为权力的转移。

北京市场不算大，但做生意的场面却最多。

主要是因为北京信息丰富。

可以说权力和信息构成了京派的经商特色。

” 在南方，企业家是盯市场，注意市场变化；而在北京，企业家则是盯官场，“当好厂长当市长”，是不少厂长、经理的奋斗目标。

由厂长而市长，在一些人心目中是成功企业家的模式，事实上一些厂长、市长就是这样走过来的。

因此有人说：“广东人只问什么不能干，除了不能干的全去干；上海人只问什么能干，能干的抓紧干；北京人问什么能干，但能干的还要再观望观望。

观望什么？政治动向和政治气候，看是否符合上面的政治意图。

这种政治意识对北京商人的行为也带来了很大的负面影响。

企业家以其政治的敏感性盯“官场”，因而对企业负责不足又对官场负责有余，企业行为容易随上级意志变化，不是按市场规律办事，而是看上级眼色行事；企业家盯“官场”，其精力往往多使用在“官场”中，而对开发市场的劲头不大、想法不多；企业家盯“官场”，容易使企业经营活动政治化，多拿奖状，多拿锦旗，多官员视察的照片。

就商人而言，关心政治是无可厚非，也是必要的。

在商业活动中掺杂进些许的政治，往往会促进商业活动的开展。

然而，作为商人，像北京商人这样热衷于政治，往往会导致市场意识的淡薄和迟钝。

一些企业容易染上投机色彩，大做表面文章而忽略了企业的实质性建设，同时因为过分考虑政治方面的因素，而错过了市场中许多商机。

因此，北京商人应当加强对商业的忠心，避免官气有余，而“商气”不足。

编辑推荐

勤俭吃苦的山西商人，忠厚仁义的山东商人，善于创新的武汉商人，重酒重友的东北商人，小心谨慎的河南商人，处变不惊的西安商人，温文尔雅的安徽商人，精明重利的上海商人，敢闯敢冒的宁波商人……他们这些商人群体一个个都代表着我国不同地域商人的性格特点、经商理念、以及经商手段，本书也由此揭示了商业游戏中的隐形规则。

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>