第一图书网, tushu007.com

<<低调为王张近东>>

图书基本信息

书名：<<低调为王张近东>>

13位ISBN编号：9787807295501

10位ISBN编号：7807295503

出版时间：2009-11

出版时间：凤凰出版社

作者：张力升，胡志刚　编著

页数：255

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

前言

作为家电消费大国，中国家电零售业的苏宁、国美两强之争一直是吸引人们眼球的重要话题。
这个话题在2008年底似乎有了最终结果：国美黄光裕落败，苏宁张近东胜出。
商业奇才黄光裕近似传奇的发家史吸引了很多人的眼球，他的成功得益于他过人的胆识、眼光和控制能力。
成长于潮汕，16岁便离家闯天下的黄光裕在贩卖家用电器的过程中敏锐地觉察到家电零售这个巨大的市场空白，果断投身其中，取得了令人瞩目的成就。
像很多中国商人一样，黄光裕的性格里有冒险家、赌徒的一面。
从一无所有，到事业起步，再到掌控和运用庞大的社会资源，拥有天文数字的财富，黄光裕在社会这所大学里凭放手一搏的赌性不断开拓自己的事业，但也因为赌徒性情，扩张过快导致企业发展失衡，以致深陷风波之中。
人在江湖不容易，商界的沉浮和过度竞争容易使人迷失自我、失去平衡，甚至陷足深渊。
遗憾的是，黄光裕指挥国美这艘巨轮在高速前进的过程中未能很好地把控好平衡。

<<低调为王张近东>>

内容概要

1963年，生于南京，祖籍安徽。
1984年毕业于南京师范大学中文系，后供职于南京市一家区属国企。
1990年。
张近东和哥哥以10万元自有资金。
在南京租下一个200平方米的门面房，取名为苏宁交家电。
专营空调，下海第一年就做到了6000万元，纯挣1000万。
此时的张近东年仅28岁。
1999年张近东率苏宁全面切入综合电器领域，提出“3年1500店”的发展目标。
率先开创了家电连锁发展模式，直接推动了中国现代零售业的发展进程。
2004年7月21日，苏宁电器连锁集团股份有限公司在深圳证券交易所中小企业板上市，成为当时第一高价股。
张近东身价达170亿。
2007年，张近东以财富45亿美元排名福布斯中国富豪榜第五名。
2007年，张近东荣获“CCTV中国经济年度人物”，并当选全国工商联副主席。
2008年，张近东荣获《中外管理》杂志评选的“最佳领导力奖”。
2009年10月，张近东以280亿身价登上胡润IT、零售双富豪榜首富。

作者简介

张力升，工商管理硕士，专业财经记者，著有《军人总裁任正非》、《商界铁娘子董明珠》。
长期跟踪研究中国本土企业家的成长和发展，重点关注企业家的商业智慧和精神力量。

<<低调为王张近东>>

书籍目录

序：黄光裕落败的意义：中国需要商业新秩序第一章　低调执着终成大器　苏宁笑到最后　资本性格决定企业走向　新苏商的领军人物　总理之托：“ 成为中国的沃尔玛 ”第二章　草根创业不惧强者　年轻的心为创业跳动　净赚千万：下海一年的成绩单　不惧强者，勇气第一　一战成名，苏宁扬名立万第三章　战略转型：做大要走自己的路　战略就是远见　挣该挣的钱，连锁的价值　红旗插遍全国，两天开一家店　争夺要地，决胜紫禁之巅　上海风云：与永乐的恩怨第四章　分享财富，汇聚人心　正确看待财富，学会舍得　上市成功，批发“ 千万富翁 ”　股权激励，有财大家发第五章　连锁的背后　管理模式创新升级　做大事要有定力　通吃价值链　养鸡生蛋，店面管理的意义第六章　大局观：不触及商业的底线“ 要讲政治，但不能靠政治！
”　厂商之间：谁动了谁的奶酪？
　核心价值观是基业长青的基础　融人社会，企业才能健康发展第七章　生存智慧：有容乃大，以柔克刚　江湖之大：“ 美苏 ”的碰撞　下注与否：大中争夺战　国美风格：“ 打到苏宁合并为止 ”　有容乃大，以柔克刚第八章　用服务打造口碑　服务是连锁企业的唯一产品　不惜千金，自建后台服务　管理标准化　共担风险，共享成功第九章　制度在说话：看不见的苏宁　不是决策问题，是信息问题　物流：连锁的基础　人才队伍：以诚打造　夯实基础，强者更强第十章　用苏宁的节奏做中国的沃尔玛　不设防：站在家门口的外资　在中国市场整合全球资源　学习，然后超越第十一章“ 没有冬天 ”的底气　前车之鉴：倒下的巨头们　冬天里的生机：家电下乡　扩张新举措，网上圈地　全球＋生活品质：苏宁新形象

章节摘录

2008年11月，北京。
由于近年来气候的变暖，北京的深秋已经不像往年那样有寒意。
这座刚经历了奥运会所带来的喧嚣的城市正在以它往日的节奏运行，繁忙之余显得有些乏味。
在这种乏味之余，一个爆炸性的消息不胫而走：国美电器集团董事会主席黄光裕出事了。
这个消息起源于小道，随即在各种场合迅速游走。
它的效应很快在全国扩展开来，包括在全国拥有1200家门店、每天无数人流进进出出的连锁零售企业国美电器。
家电生产商们在惊恐之余，所想到的第一个举措就是迅速与国美联系，询问自己的货款能否按时回归——虽然在很多情况下，这笔款能否按时回流完全取决于对方。
新闻媒体们庆幸有了新的热点报道题材，而曾和这位前中国首富有过过节的人则有一种扬眉吐气的感觉。
这些情绪情有可原。
毕竟，黄光裕的强势风格使得他不招很多人的喜欢。
长期以来，国美的供货厂家抱怨，国美过于强势，他们的产品放在对方的门店很久才能收到货款，而且还要支付名目众多的费用，等于是自己出钱给黄光裕开店。
同行抱怨，国美一贯毫不留情挤压对手的风格坏了行业规矩，使得他们没有活路。
外人则饶有兴致地关注，又一场盛极而衰的命运大戏如何上演，中国的财富榜真的是谁上谁倒霉吗？
时间流逝，这一事件的余波渐渐散去，在情绪稍微平复之余，很多人的注目焦点换成了黄光裕曾经的头号对手、同为中国家电连锁零售业巨头的苏宁电器董事长张近东。
这么大的事，他的反应如何，是否有一种去除心头大患的释然？
张近东，相比黄光裕来并不为很多人所熟知。
这位同样是近千家家电零售门店的掌门人为人儒雅，对出事后的黄光裕从未做出过任何评价，似乎对他和黄之间多年来的刀光剑影并不介怀。
如果拿武侠小说的套路来打比方，黄光裕是刚猛的外家拳法，招招风声凌厉，张近东则内力深厚，擅长于一剑封喉。
早在1993年，实力还比较弱小的苏宁就敢于与南京城的八大商场大打价格战，不但没有被对手所联合剿灭，反而当年实现3个亿的销售额，成为国内最大的空调经销商。
与国美的高调张扬不同，张近东所率领的苏宁在厚积薄发中超越了对手。
就上市公司而言，苏宁经常压住国美一头。
2006年苏宁实现主营业务收入249.27亿元，超过国美两亿。
2008年，苏宁销售额保持24%的增长，达到498.97亿元，以40亿元的优势领先只有8%增长的国美；而在净利润上苏宁达到21.7亿元，是国美的二倍。
很多人认为，张近东在创办苏宁19年后，终于可以坐上中国家电零售业的霸主之位了。
这样的结果印证了张近东两年前对记者说过的一句话：“我过去跟黄光裕讲过，苏宁哪一天做不过你，我一定送给你。”从成立时间上看，国美电器集团成立于1987年，2000年全面切入综合家电领域走连锁发展道路。
而苏宁成立于1990年，走连锁路线还要早于国美一年。
2003年，苏宁的收入只有国美的68%，随后苏宁在和国美的开店竞赛和规模竞赛中逐步缩小差距。
但在2007年国美收购永乐、大中等有实力的同业后，苏宁与国美的差距再次扩大。
放出“送给国美”这句话以来的两年里，张近东一直在殚精竭虑，率领苏宁应变时局。
面对国美规模化的成本优势和步步紧逼，苏宁避开大道，求助于吸引更多供应商一起打造顾客价值，极力围绕客户价值链培养与顾客的良好关系，以从“美苏争霸”中突围。
这种努力收到了成效，在很多地方人们觉得苏宁的服务更到位、更有亲和力，生产厂家则宁可扶持更容易打交道的苏宁，以抗衡试图一统天下的国美，苏宁凭借着对市场的精耕细作很快又将和国美的差距予以缩小。

中国家电市场的深度一直不可预测。
在国美轰轰烈烈的日子里，市场格局表面上看没有变化，实际上波涛激流都在水面下暗涌。
等到黄光裕事件这样的节点出现时，人们才恍然发现，市场的主动权已经易手。
对出事后的黄光裕，张近东从未做出过任何评价。
只是，他对苏宁的定位更加底气十足：苏宁在行业中是领跑者、是标杆，毋庸置疑。
福布斯英文网站评出的2009全球2000大企业中，苏宁电器成为排名最高的中国零售企业，同时也是排名第一的中国民营企业，排在1055位。
2008年的经济形势正如人们预计的那样不容乐观。
在全球金融危机的背景下，中国的富豪们正在经历一场纸上富贵的“浩劫”。
2009年3月，胡润研究院发布的报告称，由于股价下跌，张近东的财富缩水高达51%，由200多个亿变为100多个亿。
张近东对此事倒是并不在意，他忙于思索的是到2010年，苏宁能否进入世界五百强的问题。
在国美还在疲于应付变动带来的余震之时，张近东已经开始酝酿新一轮的棋局，继续连锁发展的步伐。
2009年初，张近东开始为苏宁谋划更长远的发展，宣布2009年苏宁电器要在全国新开200家店面，苏宁在香港落地生根，并开始“自建店”建设过程，逐步增加自己拥有产权的门店数量。
相比之下，国美则决定关闭loo家效益不好的门店，总量仍保持在1300家左右。
但国美转为防御已经成为事实。

后记

本书的写作出版过程凝结了很多人的智慧和劳动，包括周春绵、赵明、刘红霞、周娜和丁希查，并参考了媒体同仁们一些相关的报道，在此一并深表感谢。
在写作过程中，我们深切感受到中国企业的巨大变革和企业家精神的宝贵，可以说，每一个成功发展的企业背后必定有一个深谙商道智慧的企业家。
而中国社会的进步离不开企业家精神，希望以此与读者共勉。

编辑推荐

他是中国商业新偶像，他在改变中国商界的潜规则陋习　看苏宁老总商界奋斗史，悟道中国商场、职场成功真经　2009年胡润富豪榜IT、零售双榜首富　中国商业第一CEO的商道智慧

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