

<<新川商>>

图书基本信息

书名：<<新川商>>

13位ISBN编号：9787220074929

10位ISBN编号：7220074921

出版时间：2007-12

出版时间：四川人民出版社

作者：余长久，刘为民 著

页数：354

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>

<<新川商>>

前言

天府之国，历来人才荟萃。
他们或出生于川，或打拼在蜀，或客居于天府，在四川的名人谱上总是星光灿烂。
古有杜甫李白留下千古诗篇，近有郭沫若巴金名震文坛。
而眉山苏门，更是父子三人同耀史册。

《后汉书·公孙述列传》说：“蜀地沃野千里，土壤膏腴，果实所生，无谷而饱。
女工之业。

覆衣天下。

名材竹干，器械之饶，不可胜用。

又有鱼盐铜银之利，浮水转漕之便。

”诸葛亮《隆中对》也称：“益州险塞，沃野千里，天府之土，高祖因之以成帝业。

”由于群山河流的天然屏障，身处内陆的四川总是远离纷乱战事。

自得一方之闲。

也许正因如此，四川历来不乏文学艺术等方面的英才。

而在相当长的时间里却少有搅动财经大潮的风云俊杰之士。

时光荏苒，大国觉醒。

自然屏障随着信息的及时流通、交通网络的纵横渗透以及全球化经济的迅猛发展，渐渐弱化为一种淡淡的背景。

从来不缺聪慧之资的四川财经风云人物，也在这样的背景下挥戈跃马，登场历史舞台。

经济的高速发展，成为一个新时代浓墨重彩的主题、一曲越发响亮的主旋律。

沧海横流，方显英雄本色；财经纵横，凸现企业家风采。

从新世纪开始，《华西都市报》就开始关注活跃在这一方热土上的财经风云人物，并在每个年末评选“四川十大财经风云人物”。

作为一家具有广泛影响的媒体，《华西都市报》将关注他们的焦点集中在：影响力——人物的举动或思想，在省内乃至国内财经界有较大影响；关注度——人物或事件引起了公众和业内的广泛关注，当年在较大范围内有影响，是该领域的风云人物；创造力——人物的努力推动了企业乃至整个行业的发展；社会责任——人物的行动，体现了一个企业家的社会良知，体现了企业对社会进步的责任和贡献。

据此，《华西都市报》在过去6年中，成功举办了6届“四川十大财经风云人物”评选活动，推出了上百位在川创造财富的明星。

四川财经风云人物评选活动，因此成为四川经济领域最具权威、最具影响力的评选活动，在国内乃至海外影响巨大。

飞速发展的四川，经济总量一年上一个千亿元级台阶，创业的梦想呼应着天府之国民生经济的喷涌。

在过去6年中，四川商界英雄辈出。

久经沙场的财经老将稳健前行，意气风发的青年俊杰不断创新。

身处快速变化的转型时代。

媒体的责任感让《华西都市报》一直在观察记录创富故事，向社会传递着优秀创业者的价值观。

过去6年评出的四川十大财经风云人物，集中了四川最主流的一批成功企业家。

走上这个舞台的风云人物范围越来越宽，行业覆盖越来越广，知识层次越来越高，年龄越来越年轻。

一个特色鲜明的“新川商”崛起的时代正在来临。

“新川商”们最大的特点就是极富创新精神，并且具有很强的实战能力——他们所创造的业绩。

即使放在全国背景甚至是国际背景中，也是能够赢得同行尊敬的。

四川十大财经风云人物评选的影响力和示范性也不断增强，尤其在2005年度的评选中，读者的激情尤其令人鼓舞。

超过63万张的读者短信总投票量，创下了全国平面媒体同类活动的历史新高，达到了空前的群众参与

<<新川商>>

。评选正在演变成一种真正意义上的公众行为。

“企业家崇拜”在发达国家早已经成为一种流行价值观，但在中国才刚刚起步。

我们有自己的影视明星，我们也有自己的体育明星，中国要发展要富强，我们还必须培育我们的财经明星。

正因为如此。

优秀的企业家才更显珍贵；正因为如此，公众才对财经风云人物评选活动给予了出人意料的关注，并投入了令人感动的热情！

谁要想赢得公众投出的那一票。

最起码，你得让你的员工买账，最起码，你得跨过人心这道关。

而公众追逐财经明星的举动让我们坚信：发达国家的流行价值观“企业家崇拜”将迅速在中国流行。财经风云人物正在成为这个时代最耀眼的明星，正是中国的企业家群体不懈创新，我们才有了一个个活力四射的企业；他们创富于企业、藏富于员工、留富于后代、致富于中华的业绩，正是打造和谐社会的强大物质基础，他们有理由赢得我们的喝彩！

“财经明星”们的光芒产生出绚丽的“投射效应”——广大读者的热情参与令我们坚信：老百姓比以往任何时候都更加关注经济生活，并能够勇敢地介入其中；创富者们的所作所为，比以往任何时候都引人注目。

并必然接受着社会的评判。

60多万张选票所蕴含的可贵信息，跟这个创富时代一样，是历史性的。

国内经济界对活动的瞩目也在与日俱增。

除本地经济专家、资深财经记者外，著名经济学家刘世锦、萧灼基、厉以宁、刘鸿儒、刘国光、吕政、魏杰等重量级人士相继出任特邀评委。

著名制榜人胡润、百度CEO李彦宏、阿里巴巴CEO马云等国内知名人士也欣然出任特邀评委。

连续6年的评选，我们目睹了长虹等四川大型国企的“华丽转身”，见证了通威、互惠、白家等四川著名民营企业的崛起，并从英特尔、丰田等跨国企业入川的过程深刻感受着外资在中国下一站的挺进。

行业包罗万象，但有一点是相同的——他们的成功之路、经营策略和管理经验，对四川的经济界有着非常重要的意义。

财经风云人物活动通过多年评选。

传播了企业先进发展理念，树立和弘扬优秀企业家精神，有力地推动了四川企业的走出去战略，大大提高了四川企业家在全国的知名度和影响力。

尤其是通过连续多年的评选工作，倡导了一种正确的财富观念——一定要尊重财富和财富的创造者。

“蜀道难，难于上青天。

”这句话在中国商业史长河中蕴藏着别样涵义。

对于刚刚崛起的“新川商”群体而言，可谓任重而道远。

在一个封闭而富饶的盆地中孤立地孕育商人群体，经济要素的配置演进是难以长远的——试排浙商、京商、沪商、粤商、徽商、晋商、川商、豫商、鲁商、东北商等十大商派座次，川商何时坐过优势地位？

有人说：在古代，川商没有徽商的大气；在近代，川商没有晋商的运气；在现代，川商没有浙商的勇气……川人不缺商业智慧，但曾经的四川商人在中国的主流商界难占一席之地，而背后所代表的四川经济也难以扮演中国经济的主角地位。

这种窘境必须改变，这种困境也必然被突破——在全球经济一体化浪潮的冲击下，在开放的商业思维的洗礼下，在以技术和商业模式创新为特征的突围中，川商这一庞大的群体正发生着一系列的嬗变。

而在全球技术和制造加工业强势向中国转移的过程中，在中国经济政策的宏观视野向西部倾斜的过程中，川商正在跨越地理和文化的某些缺陷。

创造出一个崭新的“西部概念”，经营出川商自己的“黄金时代”。

<<新川商>>

让“新川商”这一群体迅速崛起！

“新川商”的内涵由巴蜀文化、川人性格、企业特征和管理理念共同构成，“新川商”的魂魄将以创新、责任、诚信等要素作为核心。

创新，不仅是技术上的、管理上的、商业模式上的，更意味着对未来新商业时代的前瞻和敏感。

责任，不仅是对企业员工提供就业机会，更是对社会承担着企业公民责任，更是实现社会公平与效率的“财富”。

这些特征，将共同构成新川商群体的“影响力”。

在商业时代。

影响力决定一切。

这也正是《华西都市报》推出“四川十大财经风云人物评选”的重要动因——见证“黄金时代”的商业史，见证四川经济的繁荣。

见证“新川商”的崛起。

见证商业智慧的浩荡影响力。

创富与创新的“联姻”本身已经是一件美事了，而当创富人物、创新举措跟一个大众评选活动交织一体、交相辉映时，就演变成了一件包美盛事。

我们有理由相信：四川十大财经风云人物评选活动彰显的全新价值观。

一定会成为新的时尚；由广大读者和各界人士鼎力推举出来的财绍英雄。

一定会越来越“星味”十足！

<<新川商>>

内容概要

《新川商》在中国经济政策的宏观视野向西部倾斜的过程中，川商正在跨越地理和文化的某些缺陷。

创造出一个崭新的“西部概念”，经营出川商自己的“黄金时代”。

让“新川商”这一群体迅速崛起！

“新川商”的内涵由巴蜀文化、川人性格、企业特征和管理理念共同构成，“新川商”的魂魄将以创新、责任、诚信等要素作为核心。

创新，不仅是技术上的、管理上的、商业模式上的，更意味着对未来新商业时代的前瞻和敏感。

责任，不仅是对企业员工提供就业机会，更是对社会承担着企业公民责任，更是实现社会公平与效率的“财富”。

《新川商》为第一部全景式展现四川财经人物的力作，揭露了创富英雄的秘诀。

书籍目录

国企掌门赵勇 气贯长虹的领舞员蓝新国 飞一般的追梦人杨钢 热卖品的策源地业丹 营销成都的超级DJ傅刚义 联合国的供应商潘敏智 半导体的“导体”潘运新 生命问题的解惑者民营巨子杨毫 在涅槃中开盘刘永言 在求索中求财郭一民 在水业中霸业刘汉元 在鱼口中渔利唐立新 在数码中数钱潘世伟 在互动中互惠陈清华 在综合中整合曹世如 在连锁中连胜易文清 在园林中圆梦王常裕 在变化中变档吕金刚 在炒货中超越职业精英张心林 改写西部家电格局毕德镕 创新成都消费模式张晓 引领自领生活方式胡庆华 玩转民生财富魔方附录2001-2006年度四川财经风云人物榜后记

章节摘录

王者归来 2004年7月8日，一向平静的绵阳长虹总部，电话铃声大作。数十家媒体记者闻风而动，不约而同地赶到长虹总部，但被保安礼貌地挡在门外。

种种迹象显示，长虹有大事发生。

当日，长虹对外宣布：换帅。

老帅倪润峰卸任，由绵阳市主管科技、招商工作的副市长赵勇出任长虹“新掌门人”。

不过，赵勇虽是“新帅”，实际却是长虹的“故人”。

1991年，赵勇从清华大学获博士学位后，进入长虹博士后流动工作站从事研究工作；1993年4月至2000年5月，历任长虹股份公司项目负责人、副总工程师兼工艺所所长、长虹集团副总经理、总工程师；2000年5月至2001年4月，担任长虹集团副董事长、长虹股份副董事长和总经理、信息执行总裁。至2001年6月被任命为绵阳市副市长之前，赵勇可以说一直战斗在长虹。

任职当天下午，外形儒雅清俊的赵勇出现在了长虹的中层会议上。

面对台下济济一堂的同事，他脸上没表现出故人相逢的喜悦，有的只是一脸严肃。

面对同事，赵解释了回来的原因，一是和长虹有深厚的感情，二是“我个人喜欢挑战”。

因为喜欢挑战，赵勇主动受命于危难之际。

此时，关注长虹的人都在为年仅41岁的赵勇捏着一把汗：长虹盛极而衰、积重难返，要力挽狂澜谈何容易？

但赵勇心里很清楚，长虹需要演绎一出“王者归来”的大戏，而自己将在这出戏中担当一个重要的角色。

这出戏从他执掌长虹帅印时，便已拉开了大幕，他也从那一刻起投身到了一场错综复杂、扑朔迷离的艰难战局中。

果不其然，与赵勇设想的一样，这位长虹新帅刚刚君临战局，各种挑战便接踵而来。

首先，长虹年轻的领导班子，并未获得市场和股民的信任。

赵勇接任时，时年41岁，被人亲切地称为“少帅”。

同时，以他为首的领导班子，平均年龄38岁。

这个年轻的团队行吗？

众人投来好奇、猜疑的种种目光。

一开始，市场并不相信。

迹象之一，就是长虹的股价开始下跌。

2004年8月19日，长虹股价受大盘及谣言影响，史无前例地跌破6.1元的每股净资产。

年底，长虹又再次受到重创，因APEX，公司所欠货款事件，爆出上市以来的首次亏损消息，宣布亏损可能有37亿元左右。

市场一片哗然，责难之声鼎沸。

大有黑云压城城欲摧之势，赵勇更是被推至风口浪尖上。

面对各式各样的猜疑和各种版本的流言，赵勇及长虹高层保持了低调。

9月26日，赵勇首次在公众面前亮相，在国美成都双楠店签名售机。

面对媒体，他一言不发。

9月28日，长虹和5家公司签约，出席会议的赵勇面对有关人士关于公司发展定位及策略的询问，仍不执一词。

低调，再低调，脚踏实地埋头做事。

这就是以赵勇为首的新领导团队的新风格。

一如赵勇对自己的评价——“我是一个情绪很平稳的人，不容易大喜大悲”。

攘外必先安内。

赵勇改革的破冰之旅是解决职工的住房这一基本问题，以实现群众积极性的提高和班子向心力的增强。

长期以来，住房问题一直是长虹员工心中永远的痛，大部分一线员工都没有住房，只能挤在集体宿舍

里。

同时，在加薪浪潮席卷社会上下的时候，长虹员工的工资仍然处于一个较低水平，并且迟迟不见上涨。

基于此，长虹每年要流失许多优秀的、熟练的一线工人。

于是，赵勇上任后做的第一件事情就是集资建房。

上任一个月后，赵勇就圈地260亩集资建房。

为了让每个员工都交得起房款，集资房的价格被严格控制在750元/平方米以内，并且员工还可以分期付款和利用公积金贷款。

不仅如此。

住房问题刚一解决，赵勇就宣布，要让职工工资“涨大水”。

紧接着完善公司内部医疗保险、住房公积金等多项措施得以施行。

一套漂亮的组合拳下来后，长虹的员工真真切切感觉到了“新政”的好处，看到了希望，赵勇在短时间内取得了员工的信任。

2006年一季度，长虹关键员工流失率同比下降了30%。

在长虹内部论坛上，大家都亲切地称呼赵勇为“勇哥”。

<<新川商>>

编辑推荐

《新川商》就像是一幅四川财经领域的“清明上河图”，全景式地展现了当今四川最风云的财经英雄，勾勒出我们天府之国最美丽的财富画卷。

《新川商》还第一次集体披露赵勇、蓝新国、傅刚义、刘永言、潘世伟、曹世如、易文清、张心林、毕德谔、张晓、胡庆华等20多位创富英雄的秘诀。

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>