

<<新徽商>>

图书基本信息

书名：<<新徽商>>

13位ISBN编号：9787807417965

10位ISBN编号：780741796X

出版时间：2010-1

出版时间：张建华 文汇出版社 (2010-01出版)

作者：张建华 编

页数：209

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

徽商崛起于皖南，发端于东晋，活跃于南宋，鼎盛于明清，在当时的历史条件下，贾道儒行，驰骋商海，足迹遍布大江南北、黄河两岸，远达日本、暹罗、东南亚各国和葡萄牙，其资本之巨、活动区域之广、经营行业之多，为民间商帮之最，以致称雄商界三百余年，赢得了“无徽不成镇”的美誉。与之相伴相生的徽文化更是博大精深，涵盖文、史、哲、经、医等诸多领域，形成了包括新安理学、新安医学、新安画派、徽派建筑、徽菜等在内的文化体系，徽学是中国三大地方学之一，是国家确立的重点研究课题，堪称中国传统文化的一支奇葩。

可以说，一部徽商的创业史，就是中国封建社会工商业的一次崛起史、商业文化的一次革命史。

祖先留给我们的这一珍贵遗产，充分体现了安徽人敢为人先的创造精神、不屈不挠的创业意志、主诚信的商业理念和同甘共苦的群体意识。

徽商的成功之道：一是徽商的创业精神，二是徽商的创新能力，三是深厚的文化根基。

徽商的创业精神表现在拼搏、勤俭、谦让、诚信等方面。

徽州有句广为流传的民谚：“前世不修，生在徽州，十三四岁，往外一丢。”

许多著名徽商从小就离乡背井，出外学艺，奋力拼搏。

他们知行并进，重自强自立，行谦让之德以营造和谐的周边环境，信奉“世事每逢谦处好，便宜多自吃亏来”，“忍半时风平浪静，退一步海阔天空”。

凡是作“退一步想”，因此徽商的客户关系、同行关系、宾东关系、政商关系特别融洽，为自身发展增强了合力，减弱了阻力。

商以诚为本，人无信不立，诚信二字是徽商创基立业的根本，杭州胡雪岩故居第三进中堂挂了一幅竖匾，上书“戒欺”两个大字，正是徽商这一理念的反映。

徽商的创新能力源自徽商的注重实践、终生学习、日新月异、以人为本等理念。

许多徽商都是从小本经营开始，逐步发展，在经商的实践中学，从实践中知难克己，学实用知识，创实在效益，崇尚“世事洞明皆学问，人情练达即文章”的为人处世之道。

西递有一副著名的对联“读书好，营商好，效好便好；创业难，守成难，知难不难”。

徽商终生学习，不断创新，“得地还须进一步，知天更上一层楼”。

这些都生动深刻地体现了徽商的内在精华。

徽商的文化根基深厚，从区域文化特征上看，徽州是明清两代主流文化——以儒学为基础的程朱理学的发源地，儒学的伦理道德观念成为一代徽商精英创业、创新的指导思想。

“儒商”是徽商的主要特征，徽商以儒学为指导思想，形成了具有共同的观念信仰、伦理道德、礼仪风俗、行为规范的“文化特质”，建立了一种以同行公认、自愿遵守的商业内在制度为特征的“文化模式”。

如在商业行为中，“以诚待人”、“以信接物”、“以义为利”、“以人为本”；在创业发展中“讲勤俭”、“讲谦让”、“讲和谐”、“讲效益”；在学习修养中提倡“自主自立”、“行而后知”、“学无止境”、“学以致用”；在资本再投入中，回乡办学、修谱建桥、筑路、兴建公益事业，回报故里蔚然成风。

徽商贾而好学，既促进了“徽文化”的昌盛，又成为振兴徽商发展壮大的强大精神动力。

承传历史是为了更好地开辟未来。

我们深刻认识到，实现安徽崛起，我们比任何时候都需要继承和弘扬优良传统；发扬光大徽商精神，比任何时候都需要产生一大批具有新理念、适应时势的新徽商。

改革开放以来，有一大批年轻人通过高考通过人才交流或通过人力资源转移走出安徽，他们中间的一部分连同更多的人走上经商之路，其中一些有志之士活跃于长三角尤其是上海，取得了令人瞩目的成就。

这本《新徽商——创业提升价值》中所选取的，是其中最具典型性的十几位新徽商。

他们中多数与历史上的徽商走了一条并不完全相同的路（历史徽商先商后儒，或先儒后商），但最终又归于一点，贾儒结合，成为徽商的代表人物。

在近代数百年的中国商业史上，他们以新时期的特色，承继薪火，知命创新，丰富了徽商精神和理念

<<新徽商>>

，圆满地成就了徽商这一群体历史的辉煌、现在的崛起和将来的使命。

这本书的编者，做的是一件卓具功德的事。

近年来，随着徽商和徽文化成为热点，很多人都努力寻找历史上徽商的资料，试图通过对徽商的了解，使徽商的经验 and 经历能为当代新徽商所借鉴和学习，更多地为现代各界人士服务。

但是我们发现，尽管研究徽商的文章很多，但徽商的具体事例和事迹却需要很好地提炼。

我们要在历史的长河中，发掘徽商人物的精彩人生，丰富完善徽商典籍宝库；同时要不负众望，总结现代新徽商可歌可泣的传承业绩，弘扬徽商的精神光华。

令人欣慰的是，本书的编者意识到，他们有责任把在上海创业有成的新徽商，以及他们所承担着的继承和发展徽商传统的历史使命、让徽商的发展轨迹继续延伸下去而不至中断的努力记录下来、彰显出来，并传诸后世，打造好新徽商的基础建设，让将来研究徽商的人们有第一手真实的资料。

世上没有两片相同的叶子，同样，更没有两个相同的企业家，每个人的创业史都是不可复制的历史，都有其独特的价值，都是宝贵的财富。

这本书的价值也在于此。

希望这本书不仅是记录新徽商的开始，更是徽商第二个高峰的起点。

内容概要

我们出版新徽商系列丛书，在宣扬新徽商创业精神、创业理念的同时，也是为研究工作而收集史料。

我们在采访中，直观地感受到新徽商所拥有的创造性和颠覆性，以及其对现代中国的经济与社会的贡献和对未来徽商的深刻影响，因而，在我们创作出的文章中，也就不断产生了一些对新徽商的初步研究成果。

这是两书中的文章与一般的访谈文章和通讯报道的最大区别，而且正因为它们集中于上海的新徽商，恰好无意中勾勒出上海新徽商的整体形象和鲜明特征。

书籍目录

序颠覆者和造梦者——记比亚迪股份有限公司董事局主席兼总裁王传福创业者的智慧——记上海龙成建设集团有限公司董事长谢玉成绿色事业，多彩人生——记上海燕青照明集团有限公司董事长方燕青拓展人生的境界——访上海御桥二手车(连锁)经营有限公司董事长赵李勇感谢命运——访金融企业家葛基标徽商传人——记上海晨昕企业投资管理有限公司总经理王小斌自尊自强男儿志——记安徽东鑫建筑有限公司董事长钱扬东直挂云帆济沧海——记上海宝英航运有限责任公司董事长陈玉宝以品格铸造品牌——记上海万诚食品有限公司董事长伍俊峰意气当为创业魂——一访上海龙商纺织品有限公司总经理罗卫明“火凤凰”的创智人生——记昆山富亨金属制品有限公司董事长郭秦变废为宝成大器——记上海朝诚物资利用有限公司总经理汪祥宏生活的舞者——记南燕行(上海)有限公司总经理钟菊后记

章节摘录

突破了观念与传统的束缚，必须还要有技术的支撑，否则所谓的梦想就是吹牛说大话。由于是滞后发展，中国企业普遍面临着国外先进技术的压迫与讹诈，以致造成了“技术恐惧症”。对此，王传福说，这种恐惧正是对手给后来者营造的一种产业恐吓，他们不断地告诉你做不成、投入很大、研发很难，直到你放弃。

王传福认为技术是“纸老虎”，别人能做，我就能做。

在研制镍镉电池时，遇到了负极制造材料钴的问题，这种材料需用量大，如果进口国外性能较好的钴，成本极高。

在这种情况下，比亚迪与深圳某公司合作，找到国内外钴的品质差距，研制了一套提高国产钴品质的详尽、可行的办法，这不仅使国产钴达到国际品质要求，而且较国外产品成本低40%。

由于负极材料应用极广，比亚迪仅此一项，一年就可以节省数千万元。

“当时锂离子电池市场是供不应求的，我们仅靠锂离子电池一项创新，每年就能给公司带来近10亿元的纯利润”。

“技术是比亚迪迅速发展壮大的根本。

”王传福如是说。

王传福改变了中国企业家的形象。

那些在全球产业分工链条上苦苦挣扎、为了获得一份低端打工仔职位而不断压低身份、不惜血本甚至自相残杀的人群中，终于走出来一位“技术派”领军人物，以拆解跨国公司的技术壁垒为己任，狂热追求技术创新，并组织起了一支真正能征惯战的本土化的技术研发和制造队伍。

熟悉王传福的业内人士认为，他不是典型的“管理者”，反而更像一个技术人员，经常与技术人员呆在一起探讨技术难关，其对技术的痴迷，胜过所有员工。

当年，比亚迪没钱建电池干燥室，他就想出添加一种吸水的药剂替代，效果很好。

“技术首先要为战略服务，企业一定要把技术和战略结合，战略的准确性保证了企业持续发展的稳定性。

”王传福提到了企业的战略眼光。

进入汽车产业，王传福的规划看上去环环相扣，但是很多人士认为，充电汽车的产业化难度远非现有技术条件可以想象，王传福的造车之梦无疑又是一次疯狂冒险之举。

这一点，具有工学硕士背景的王传福心里很清楚。

2003年初，王传福在决定介入汽车产业前，征求20多个股东的意见，大家虽然没有公开表示反对，但许多人心里是不赞同的。

比亚迪汽车销售公司总经理夏治冰就是坚定的反对者：“风险太大了，进入汽车这样一个全新的行业，前面又有欧美日韩那么多优秀的对手，心里有一种莫名的恐惧。

”夏治冰一直劝王传福放弃。

除了内部的反对，外部的压力更大。

听说比亚迪要造汽车，许多投资者感到莫名的恐惧和愤怒，纷纷给王传福打电话质问。

一家美国基金公司给王传福打来电话，表示如果王传福坚持造汽车，他们将大量抛售比亚迪的股票。

事实上，很多人也是这么做了，比亚迪的市值在短短几天内蒸发了30多亿港元。

王传福造汽车的决心异常坚定，他对许多投资人表示：“我下半生就干汽车了。

”他买来大量汽车方面的书籍，一头扎了进去。

比亚迪推出的首款车型——比亚迪F3取得了不俗的市场表现，年销售10万辆，为比亚迪在汽车产业的发展打响了第一枪。

随后，比亚迪相继推出了F3R、F6等车型，在汽车市场基本站稳了脚跟。

王传福并不满足于此，他真正的梦想是要生产电动汽车，颠覆世界汽车行业格局。

他宣称，“对于我们来说，造车就像造玩具一样。

”没造过车而进入汽车行业的不止王传福一个，别人大都选择先以模仿起家，逐步培养自主开发能力，王传福恰恰要另辟蹊径，凭借新技术抢占新空间。

2009年1月，比亚迪首次参加北美国际汽车展，比亚迪就在主展厅展出了其双模电动车F3DM以及纯电动车E6，吸引了后来投资比亚迪的巴菲特到场助阵。

王传福表示，电动车是比亚迪新一轮发展的突破口。

电动车项目正是比亚迪电池和汽车两大产业的融合创新。

比亚迪凭借在IT领域的技术实力和汽车整车制造能力，在新能源车领域已经取得了实质性进步。

2008年上市的F3DM双模电动车是全球首款不依赖充电站的双模电动车。

比亚迪后续会推出多款DM车型，包括F6DM、F0DM等，之后还会推出纯电动车型。

纯电动汽车则是他的“撒手锏”，比亚迪会凭借技术领先优势抢夺先机。

“我相信这个产品可以改变世界汽车产业的格局，甚至可以把国际油价打下来！”

王传福对未来信心满满。

比亚迪的股东们很庆幸他们的担心是多余的。

比亚迪股份发布的2009年上半年财报显示，公司上半年收入161.32亿元、同比增长30%，实现净利润11.78亿元、同比增长98%。

其中，比亚迪汽车业务的营业额比上年同期增长133%，至88.77亿元，占比亚迪股份总收入比重由上年底的32%飙升至55%，成功超越手机业务，成为公司的第一大业务。

王传福表示，比亚迪汽车2009年销量将超过40万台，并已向政府及企业等出售100台F3DM电动车。

王传福的技术思维从电池成功步入到汽车领域。

在这个过程中他同时完成了做汽车的资本积累。

自2003年比亚迪进军汽车业后，技术出身的王传福，对技术研发依然保持了原来在电池领域的成功做法。

他首先在上海建了一个检测中心，这一在当时的“多余之举”，之后却被证明极富远见，因为随后就发生了奇瑞旗云在俄罗斯的对撞检测中被撞成一堆废铁的事件。

比亚迪在上海和西安的基地分别建了一条试车跑道，还建设了碰撞实验室、道路模拟、淋雨、高温等检测实验室。

在北京，比亚迪建立了亚洲最大的模具中心，为整车制造奠定了基础。

此外，比亚迪还为美国克莱斯勒等国际巨头生产模具。

以技术为支撑，比亚迪也开发一些高端产品，比亚迪F6、F8是其向中高级轿车领域迈进的战略产品。

其中F8是中国首款具有硬顶敞篷的运动型家轿，在国内能够掌握这种技术的企业不超过五家。

后记

历时一年,《新徽商——创业提升价值》终于问世了。

它与丛书的第一本《新徽商——创业改变人生》有一个共同的特征,就是上海新徽商居多。

如果仅从这两本书的角度看,这是一个缺点;如果从整套丛书的层面来看,却是一个优点。

我们出版新徽商系列丛书,在宣扬新徽商创业精神、创业理念的同时,也是为研究工作而收集史料。

我们在采访中,直观地感受到新徽商所拥有的创造性和颠覆性,以及其对现代中国的经济与社会的贡献和对未来徽商的深刻影响,因而,在我们创作出的文章中,也就不断产生了一些对新徽商的初步研究成果。

这是两本书中的文章与一般的访谈文章和通讯报道的最大区别,而且正因为它们集中于上海的新徽商,恰好无意中勾勒出上海新徽商的整体形象和鲜明特征。

如果仅仅书写他们的创业神奇和财富神话,已经没有什么稀奇了。

上海这块土地适宜种植财富,盛产童话与神话。

上海新徽商给我们的启示,在于他们是在两种迥然不同的地域文化之间冲突与融合而成功的。

在他们的创业故事中,我们看到新徽商如何最大程度地发扬了徽商的传统,也看到了新徽商如何汲取海派文化的营养而创造出自己的文化,还知道新徽商也影响了上海和上海人的生活及思维方式……安徽是个人杰地灵的地方,每年都有大批人才外流,安徽人最想去的就是上海,可是上海人却压根看不起安徽人。

上个世纪末甚至本世纪初的几年中来到上海的安徽人,差不多都有受歧视的经历。

这种遭遇不可避免地会产生碰撞,但更是两种地域文化相融合的开始。

安徽人在上海人歧视的眼光下要想立住脚并有发展,首先得融入上海,其次得改变自己,但又不能失去自己,这样,上海新徽商便诞生了。

上海人对安徽人存有偏见,是有原因的。

上个世纪八十年代到上海打工的安徽人,相当一部分是社会底层、素质较差的群体,这种群体哪个地方都有,但是没有这样集中过。

当素质较差、人数也较多的安徽人和素质较好的上海人相处时,被后者看不起就不奇怪了。

这种现象直到新世纪初才开始有所转变。

从上个世纪九十年代开始来到上海的安徽人,有大学分配来的、人才引进的、外地大学毕业来闯荡的、辞去政府或企业的工作来发展的、工厂倒闭来找工作的……即便是读书普遍不多的农民,也是素质较高、不会轻易外出谋生的本分人家,这使上海的安徽人素质提高了非常多。

因为这时来上海闯的人多数并不是没饭吃,而是在家乡不得志的人才,至少他们自认为是人才。

他们不但扭转了安徽人在上海人心目中的形象,而且许多人经过适应阶段以后,开始了创业。

他们是一个个性独特的群体。

在他们身上,有传统徽商的印记,也有新徽商的特征,还有上海特征。

一、上海新徽商身上的传统印记到上海创业的安徽人,传统徽商的本色依然是他们打开局面的利器。

第一个显著的特征是有文化,而且其文化构成中相当一部分不是从学校得来的。

安徽人身上的文化基因,更多地来自家族、家乡的传承。

徽学专家刘伯山说过一个故事。

他在屯溪的一个山村做调研,认识一个老太太,83岁了,她的后代说她一辈子没出过家门。

有人说不,是出过门的,至少到过3个村庄:现在生活的村庄、出生长大的村庄,好像出嫁时为了排场还经过了一个村庄。

就这么个没读过书的老太太,讲到传统礼仪头头是道、滔滔不绝,对子孙后代的教育有章有法、有理有据。

刘伯山说如果在大学里给她评个礼仪学副教授绝不过分。

她的知识哪里来的?

是徽州社会、徽州的生活氛围本身所给予她的。

与徽商兴盛时代不同,她的后代读书不会很多,因为那里穷,初中毕业就不错了,可他们的传统伦理

<<新徽商>>

知识绝不比一个大学本科生差，甚至更强。

这些知识早已不仅是外在的知识，而是融入他们血脉中不可改变的一种遗传基因了。

因而，这种知识已经不能叫知识，而应改称为文化。

当他们到上海来创业时，家乡赋予的这些文化底蕴使他们有了底气。

重视商德、诚信为本的人文精神，体现在传统徽商身上，是“贾而好儒”；体现在新徽商身上，于有文凭的人是先儒后贾，于读书少的人是重义气、重人品。

他们共同的地方是正确对待义和利、取和舍的关系，深深懂得“利缘义取”的道理，从而形成了崇尚信义、诚信服人，薄利竞争、甘当廉贾，宁可失利、不愿失义，注重质量、提高信誉的经营特色。

比雷福国际钢铁集团（香港）有限公司董事长史一松是先儒后贾、以义为利的典型。

大学毕业后，他只身来到上海，在一家房地产公司做水电安装，同时利用业余时间继续充电，很快考到了建筑工程造价预算员资格证书，便为两家企业兼职做预算。

他兼职从没提过工资要求，企业也没有提，他也就没拿过一分钱兼职工资。

几个月后，其中一家企业的董事长拿着他刚做好的一个项目预算报表，还给他：“小史，这个项目你拿去做吧。

”就这样，他赚得第一桶金，70万元。

上海瑞远船务有限公司董事长霍桂财，没读过书，一字不识，可是，他所坚守的诚信、义气、善良的品德，从走出家乡时就已经具备了。

在上海的民营船务企业中，船主们凡有什么急事难事找他，他都会想方设法解决。

黄浦江上煤炭和粮食的运输，他占了大头，就是因为他的仗义和急人所难。

有一年，上海焦化厂的焦炭处理不掉，没地方放，他甚至把自己的船都拿出来装焦炭。

相对保守，小农意识比较强，是上海新徽商的又一个传统印记。

他们主要集中在因读书不多而更传统的企业家身上，他们以没有一分钱贷款为荣，不愿意做有较大风险的生意，因此，他们对合作运营较大规模的项目兴趣就不大。

这使他们的发展受到限制，与江浙企业家有明显区别。

二、上海新徽商身上的上海特征上海本身就是传统徽商的重要舞台之一。

当代安徽人与上海人的缘分也不是从近30年开始的，而应从上个世纪六十年代的上山下乡运动开始。

到安徽下放的上海人特别多，所以很多人在到上海以前，就和上海人有过多次接触、交流甚至冲突。

有的人小学或初中教育都是担任教师的上海知青给予的。

上海知青带到安徽农村的新鲜东西和新鲜理念，比如说大白兔奶糖，无异于是在农民眼前开了一扇窗。

至今，上海安徽商会常务副会长、中威国际集团总裁叶丛还有一个愿望：找到当年在他家乡插队的上海知青。

上海文化对安徽人的影响，主要在开放性、扬弃性和多元性三个方面。

上海海纳百川的气概，培养了新徽商不闭关自守、不固步自封、不拒绝先进、不排斥时尚的特性。

这种开放性在安徽本土那种内陆式的山区、传统文化深厚的理念中是被排斥的，这或许就是安徽省经济发展一直滞后的原因之一。

在上海的金融界，安徽人至少占据了半壁江山。

当然，这与安徽人读书出来的人多有关，但更关键的还是他们到上海以后，很快适应了开放的环境，汲取到世界范围先进理念，从而在金融业取得不俗的业绩。

由于有了开放性，使上海徽商扬弃了传统文化中的保守观念，因而产生了多元性。

传统徽商从事的行业，主要是以盐、茶、棉、药等为代表，要么是垄断性行业，要么是土特产；新徽商则很少有从事这些行业的了，代表性的行业是保健品、IT、建材、物流、机械、生物科技、创意产业等。

最典型的是创意产业，其本身就是无中生有、创意“创”出来的，新徽商在创造这个产业中起到了重要作用，上海聚为投资有限公司董事长唐晖就是一个代表。

当他从事这一行业时，国内对其还没有一个正式名称，连他自己都没有意识到这就是创意产业。

因此，上海新徽商从事的行业更丰富，也更能代表时代的潮流。

<<新徽商>>

上海具有商业竞争的传统，造就了新徽商极强的竞争力。

如史玉柱硬是把竞争最激烈、生命周期短的保健品做到长盛不衰，在网游世界甚至把竞争对手甩在身后云里雾里地没有了方向，在两个行业都是于红海中发现了蓝海。

上海人以个人本位为核心的价值观念，也一定程度影响了新徽商。

不能说他们家乡观念不重，但他们回家乡投资很慎重，有些人不投家乡本土的城市却转投相邻城市——反正都是安徽老乡，也算是回乡投资，这与家乡的软环境有关。

他们捐款宁愿直接与受益者接触，而拒绝中间环节，因为中间环节不可知、不可控因素多。

上海人对安徽人的刺激也应该提起。

新徽商中固然有融入上海很成功的人，甚至连上海人都很难察觉他是“乡下人”，但也有一些豪气之士，拒绝学上海话，拒绝听上海话，赌一口气，一定要为安徽人争气、正名。

这种逆反心理也使他取得了成功。

三、上海新徽商独有的风格与特征这些风格与特征不仅与上海人有区别，与本土安徽人也有区别。

1. 专家型企业家。

他们既不同于传统徽商的“贾而好儒”（其实是先贾后儒），也不同于上海企业家和其他商帮的管理型、草根型、集团型、资金密集型等等，相当一部分是“先儒后贾”，彻底改变了传统徽商骨子里的重儒轻商观念，甚至改变了知识的命运。

上海杰事杰新材料股份有限公司董事长杨桂生就是一个典型。

诚然，读到博士后，是知识改变了他的命运，然而他又反过来改变了知识的命运——以其科学家与企业家的双重身份，改变了科研成果被束之高阁而远离市场的命运。

中国建材国际工程有限公司董事长、总经理彭寿，同时还兼任蚌埠玻璃研究所所长，使中国浮法玻璃技术成为世界三大浮法玻璃技术之一（其它两个是英国的和美国的技术），占据了行业的制高点。

2. 守法守纪、契约意识强。

这是上海人的优点，其实也是传统徽商的风格。

据刘伯山考证，在目前被发现的近35万份徽州文书中，有大量的买卖借贷契约，有商人之间、商人与群体之间、个人之间的，事无巨细，林林总总，琳琅满目。

这充分说明徽商的理性观念和契约观念。

这一点双方不谋而合，融合成一种更为鲜明和经典的特征。

安徽人朴实、善良，在行为规范上与上海人有共同之处。

但安徽人比上海人胆大、更有魄力，比其他商帮规范、更善于在合理框架内赚取更大利润。

上海是国内经营环境最规范的城市之一，因此他们在上海的机会更多。

上海新徽商中有两个著名的“破烂王”，一个是上海燕龙基废品回收有限公司董事长王清华，还有一个是上海朝诚物资利用有限公司总经理王祥宏。

他们能成为“王”，只有一招，就是合法经营、规范经营。

众所周知，这一行业几乎每天都能收到被偷盗的东西，许多回收站就靠这些东西发财，而他俩却不约而同地采取了一样的措施：不收来历不明的物品。

有趣的是他俩至今互相还不认识。

3. 具有更强的创造性。

安徽人的创造性与上海文化相融，产生了更强的创造力。

上海新徽商的创新，绝不是小打小闹，什么小发明小创造，而是具有颠覆性，要么颠覆游戏规则、要么颠覆行业规则、要么颠覆市场规则。

史玉柱在营销上颠覆性的创新，可与世界上任何营销大师媲美；吕松涛把经过创新而发明的中医药推向世界，把握了人类健康的未来。

上海泰洁洗烫设备有限公司董事长洪术年也是一个改变市场法则的高手。

他首创的“接站”模式，引领了干洗连锁行业的风气，使此前主宰这一行业、并在人数和实力上占绝对优势的温州籍同行心悦诚服，甚至说道：只要洪术年做什么，我们想都不要想，跟着做就行了。

4. 富有经营和管理智慧。

上海龙成建设集团有限公司谢玉成，在农村做竹器编织生产时，竟想出了提高生产效率的高招——流

水线作业。

他让弟妹和徒弟们明确分工，编起头的专门起头、编中段的专门编中段、收尾的专门收尾，每个人只做最简单的一部分活，熟练程度迅速增加了，劳动效率也自然提高很多。

这个道理和工厂里的汽车生产流水线一样，也是目前最先进也是最流行的生产方式，但那时谢玉成连汽车都很少见到，不可能见到过流水线，甚至都没有听说过，因而这个创造便更有价值。

成立集团公司以后，谢玉成在管理上奉行简单加有效。

他的要求只有四句话20个字：看得出问题，想得出办法，打得开局面，做得出成效。

在总部办公室和所有的工地上，随处都能看到这20个字，而且只有这20个字，没有别的任何标语，很容易就能背熟。

这20个字的要求看似简单，但已经是全面而有效的要求了，并且具有内在联系，一环扣一环，要做到并不容易。

必须拥有相当的经验、素质和知识等才行，不经过长期积累、勤奋学习和不断思考是无法达到的。

谢玉成认为，管理的最高境界就是简单化。

现在很多企业的管理很精细，员工手册动辄数万字，但几乎没有一个员工能记住里面哪怕是十分之一的内容，这种企业的管理制度很难落实到位。

5.对国企的探索。

上海新徽商中，有相当一部分是国企领导者。

他们都是通过读书而成为企业家的，他们所操纵的资产之巨、经营管理水平之高、创新意识之强、成功经验之宝贵，都是前所未有的。

中国经济转型三十年来，蓬勃发展的民营企业成为一道亮丽的风景线，人们的目光也都聚焦在民企身上，而对国有企业的曲折历程往往少有关注，印象中的国企既有政策又有资源，理所当然强者，干得好正常。

其实，在走向市场经济的进程中，国企承担了更大的风险和更重要的使命，其命运更加让人担忧。

民营企业是市场经济天生的宠儿，有现成的模式可借鉴，世界上成功的大企业都是民企，国企却是要自己走出一条路，一条人类历史上没有人走过的路。

从这个意义上说，国营企业的自主创新，其含义就不仅仅是技术上的创新，还有体制上、管理上、经营上等等全方位的创新。

在这方面，中共十七大代表、中国唯一的国际玻璃协会执委、全国工程勘察设计大师、国务院政府特殊津贴专家、首批“新世纪百千万人才工程”国家级人选彭寿，在将蚌埠玻璃工业设计研究院改制成为企业中所做的探索，堪称新徽商的典范。

在与上海文化的交融中，安徽人也影响着上海人，对上海经济文化的贡献也是有目共睹的。

不过，本文已经很长了，这个话题留待下次机会再谈，留一点篇幅，让我真诚地表示一下感激之情：感谢应邀担任本书编委会主任的安徽省人民政府驻上海办事处主任高洪，他以一个学者一丝不苟的态度，在百忙中抽出大量时间，审阅了所有稿件，并将在第一本书中已经发表过的序言重新进行了修改；感谢安徽省人民政府驻上海办事处副主任王晓弟、中共普陀区委常委魏学朴、上海市安徽商会会长张静和各位编委们对本书的大力支持；感谢在本书编写过程中无私奉献、积极协助的汪宏根、许世民等一大批新徽商的见证者和支持者；感谢每一位被采访的新徽商，奉献了他们的精神财富，那是比他们有形资产更珍贵的财富……

编辑推荐

《新微商:创业提升价值》编辑推荐：王传福、史玉柱、谢玉成、方燕青、李士发、洪术年……他们是颠覆者，更是创新者：敢想敢干，勇往直前，梦想成真，成为行业的领袖人物——这正是新微商的最显著特征。

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>