

<<中国砖王叶德林>>

图书基本信息

书名：<<中国砖王叶德林>>

13位ISBN编号：9787509613412

10位ISBN编号：7509613418

出版时间：2011-6

出版时间：经济管理出版社

作者：黄康俊

页数：257

字数：265000

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>

## <<中国砖王叶德林>>

### 内容概要

读《史记》最让人受启发的不是史实，而是司马迁的史论。在史实之间，总是闪耀着“太史公曰”的智慧——或评价成败议论得失，或引经据典批驳谬说，或直抒己见表意传情。每每读罢令人拍案叫绝！但是这样的好书并不多见。看过许多企业家的传记，我发现有点意思的地方都在“说事”。最缺少的是作者高屋建瓴的评论。哪怕是一些知名企业家的自传，也都是故事性有余，思想性不足。看了叶德林的传记《中国砖王叶德林》（第二版），不禁为之叫好。因为它不仅写出了“砖王之事”，也写出了“砖王之道”。你看：先人一步，高人一筹；出新无疆，大道无形；从商如水，利众而立；润物无声，信水长流；有规矩方可成大器；大家赢才是真的赢；从英雄到英雄团队；让员工成为事业伙伴；让制度成为企业领袖……可谓智慧闪光，明珠璀璨。

## <<中国砖王叶德林>>

### 作者简介

黄康俊，中国作家协会一级作家、教授。

著有长篇小说：《南中国海佬》、《热带岛》、《深海船》等5部；著有传记文学、纪实文学（中国杰出企业家系列）：《东方之子》、《中国第一刀》、《中国典范家园》、《中国鳗王》、《中国刀王》、《中国企业力量》、《中国本色企业家》等2。

多部。

其作品在全国、省（市）获奖70多项，其中，《深海船》获中国作家协会1991年度优秀作品奖，《雪鱼》获第五届花城文学奖，《麦贤得之妻》获《人民日报》1994年优秀散文奖，《广东女人》获中国报纸优秀作品奖等。

其部分作品被翻译成英、法、日等11个国家的文字在海外发行。

其1991年被广东省政府授予“广东省十大优秀青年知识分子”称号。

个人事迹载入《中国作家大辞典》、《国际名人录》等10多部辞典。

## <<中国砖王叶德林>>

### 书籍目录

- 第一篇 风起南海，大器明珠
  - 第一章 南国陶都，有一颗明珠
  - 第二章 因磨难而生异彩(一)
  - 第三章 因磨难而生异彩(二)
  - 第四章 新明珠的DNA双螺旋结构
  - 第五章 大器起于明珠
  - 第六章 胸怀决定事业规模
  - 第七章 扩张，并购“休克鱼”
- 第二篇 磨砺之功，珠圆色润
  - 第八章 起跑之时已跨越
  - 第九章 有规矩方可成大器
  - 第十章 用国际标准占领国内市场
  - 第十一章 开创建陶行业大展厅时代
  - 第十二章 创新之冠“五子登科”
  - 第十三章 名牌与多品牌并举
  - 第十四章 从“一珠独秀”到“多子多福”
- 第三篇 先人一步，高人一筹
  - 第十五章 开启中国建陶生产新纪元
  - 第十六章 居高声自远
  - 第十七章 走“专、大、新、全、强”之路
  - 第十八章 出新无疆，大道无形
  - 第十九章 高瞻远瞩，主动转移
  - 第二十章 布局全国，决胜千里
  - 第二十一章 渠道·渠道，还是渠道
  - 第二十二章 沧海横流，方显英雄本色
- 第四篇 修炼内功，治企育人
  - 第二十三章 从英雄到英雄团队(一)
  - 第二十四章 从英雄到英雄团队(二)
  - 第二十五章 从标准到标杆管理(一)
  - 第二十六章 从标准到标杆管理(二)
  - 第二十七章 让制度成为企业领袖
  - 第二十八章 让员工成为事业伙伴
  - 第二十九章 让员工成为颗颗明珠
  - 第三十章 慈父：放飞农民工的梦想
  - 第三十一章 严父：夯实富二代的根基
- 第五篇 从商如水，利众而立
  - 第三十二章 无畏起伏，有容乃大
  - 第三十三章 润物无声，信水长流
  - 第三十四章 肩负使命，造福社会
- 后记
- 第二版后记

## <<中国砖王叶德林>>

### 章节摘录

版权页：“所说的‘专’，是指我们走陶瓷专业化道路，专心专意做好陶瓷。

实现人员专业，设备专业，各分厂专业生产的高效生产格局；‘大’是使每个产品有相当的规模，达到规模效应；‘新’就是不断创新，用新的产品引领市场，抢占市场；‘全’就是产品配套齐全，根据自身特色，一边大，一边全，有计划地增加项目；‘强’就是一边大，一边强，与时俱进……”叶德林告诉大家：萨米特卫浴定位在中高档市场，以“高品质、高性价比、高附加值”的品牌策略切入市场，并率先在同行业中引入卫浴文化理念，强力推出萨米特卫浴文化生活馆，首期展现具有欧洲卫浴文化底蕴的10个系列产品，让广大消费者在购买产品的同时享受世界卫浴文化美的熏陶。

叶德林诚邀各地经销商共谋发展战略，打造“萨米特卫浴”品牌形象，携手共创卫浴陶瓷新业绩。

南庄镇政府对新明珠此举很重视，党委委员陆顺莲作了《填补区域空白，带动产业发展》的讲话：“南庄是中国乃至世界最重要的建陶生产和流通地，而卫浴生产却一直是南庄陶瓷产业的一大缺憾，起步晚，产量低，没有全国知名品牌，严重影响南庄陶瓷业的协调发展。

这次，新明珠集团准确把握市场趋势，以强大的企业实力和技术、品牌、配套、渠道等优势，强势进入卫浴行业，不仅填补了南庄高档卫浴产品的空白，而且为带动南庄陶瓷产业墙地砖和卫浴产品的协调发展打下了坚实的基础。

”广东省陶瓷工业协会副会长陈环对此表示祝贺：萨米特卫浴的隆重上市，将为广东卫浴产业的发展注入新的活力，更为中国卫浴企业向高端市场迈进打下了基础。

萨米特卫浴起点之高、技术之先进，配套之齐全，文化氛围之浓厚，将很快成就这个后来居上的强势品牌，为我们开启中国卫浴产业一个崭新的时代。

## <<中国砖王叶德林>>

### 后记

《中国砖王叶德林》（第一版）一书于2010年春出版，面世后，引起的反响还不错，相隔不到半年，大家都觉得有必要再版，这样，便有了眼下这本书。

第二版的《中国砖王叶德林》，根据需要作了某些修订，在某些章节上也作了一些调整，其中增加了一节有关叶德林在应对金融海啸对新明珠及其行业的冲击时，所显示出的英雄本色的内容，也就是把文章所反映的时间延长到了2009年以后，意在使本书的内容更加厚重一些，也使人们对叶德林的了解更加深刻一些。

《中国砖王叶德林》的第一版和第二版，一直得到新明珠集团副总裁陈先辉、副总裁李列林、副总经理李重光等人的积极支持和热心帮助，在此表示衷心的感谢。

《中国砖王叶德林》（第二版）曾得到北京大学领导力研究中心杨思卓先生的指点，并为之作序，特此表示感谢。

《中国砖王叶德林》（第二版）一书，再次获得经济管理出版社同仁的错爱，责任编辑勇生主任热情有加，善始善终，让人感动，在此一并致谢。

黄康俊 2011年2月13日

## <<中国砖王叶德林>>

### 媒体关注与评论

我在中国新明珠产业基地看到了世界陶瓷砖生产的新前景，我的另一个身份告诉我，与叶德林先生合作是最佳的选择。

——国际ISO / TC189陶瓷砖技术委员会主席Svend Hovmand新明珠已成为陶瓷行业当之无愧的清洁生产标杆企业，叶德林总裁主动承担环保责任，是一个真正履行了社会责任的企业家。

——中国建筑材料联合会会长张人为新明珠是一个很有开拓精神的企业，很多成果都得到了各级政府的认可，很多做法都得到了具体落实。

——佛山市市长陈云贤叶德林总裁在行业里带了个好头，他管理的新明珠企业在清洁生产方面是做得最好的企业之一，其在清洁生产方面规模之大为业内之最；其清洁生产流程设计之科学、各环节规划之细也堪称业内之最；其清洁生产的设施、设备及技术也居业内领先地位。

——广东省建筑材料行业协会秘书长陈环

## <<中国砖王叶德林>>

### 编辑推荐

《中国砖王叶德林(第2版)》：一个“中国砖王”的传奇人生，一个“陶业十年经济领袖”的创业之路



<<中国砖王叶德林>>

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>