# <<中国的"犹太人">>>

### 图书基本信息

书名: <<中国的"犹太人">>

13位ISBN编号: 9787544144155

10位ISBN编号:7544144151

出版时间:2011-3

出版时间: 君子 沈阳出版社 (2011-06出版)

作者:君子

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

# <<中国的 " 犹太人 " >>

#### 内容概要

《中国的"犹太人":浙商传奇》内容简介:浙商是一个传奇的商帮。

浙商是全国人数最多、比例最高、分布最广、影响最大的投资者及经营者群体。

他们有着良好的经商传统,素有"天下第一商帮"之称。

改革开放后,他们敢于创新,勇立潮头。

他们更是以吃苦耐劳、百折不挠的意志闻名天下。

很多人评价浙江商人时都会说他们"能睡地板,能当老板"。

在义乌小商品市场,一双袜子也就赚一分钱、几厘钱。 一枚纽扣、一根牙签、一根塑料吸管,就是这些一分钱的生意,浙江人也绝不放过。

浙江人大多数都是靠这些赚几厘钱、一分钱的生意发家的。

不在乎一笔交易之小,放眼子最终效益之大,这是实实在在的生意之经,也是"哈佛"精深的经营理 念之市俗实用。

这就是浙江生意人走向成功的一大奥秘:一根针的利润也不放过。

浙商务实苦干,即使利润再小,只要有一分钱赚,他们都会不遗余力地去干。

他们经常从零做起,一步一个脚印,踏踏实实,一丝不苟。

他们兢兢业业干好每一宗生意,即使赚不到大笔的利润,也从不怨天尤人。

# <<中国的 " 犹太人 " >>

#### 书籍目录

第一篇 在浙商眼里,商机无处不在一、有浙商的地方就有市场善捕商业信息抢占先机敏锐的洞察力经典案例:皮革大王的市场绝招二、浙商游走四方扎根北京城淘金上海滩抢占大东北深入大西北浙商在海外经典案例:在巴西买原始森林的第一人……第三篇 在浙商生意经理,赚一分钱也要大智慧第四篇在浙商的财富里,一分钱也是血汗第五篇 在浙商的脑海里,花一分钱也要听到响

# <<中国的 " 犹太人 " >>

#### 章节摘录

版权页:在老挝,负责水电工程开发5年多,与老挝国防部建立良好关系的温州国际经济技术合作公司副总经理吴朝阳。

竞在老挝租下了该国的两艘现役军舰,并用于老挝和中国、东南亚国家之间的货物运输。

2,在"欧洲的火药库"上做生意王建辉,曾在温州市委、市侨办任职。

他长时间从政,祖辈中没有一个人经商,在他身上也不存在商人的遗传基因。

1991年,在一个身在奥地利经商的好友劝说下,他决定从机关辞职下海,想要一人前往遥远的欧洲经商。

这件事在家人的眼中简直是在胡闹,是在冒险,并且断定他一定要吃苦头的。

这是因为和一般的温州人有所不同,王建辉的祖辈中没有一个人从商,而且他长期从事行政工作,可以说身上不曾带有多少经商的基因,所以家人强烈反对他的行为。

但是,他没有顾及这些。

还是执著地选择了自己的路。

同年,他就远涉重洋去了匈牙利。

到了那片陌生的土地之后,他筹措资金,从国内发去了一个货柜的圣诞礼品,结果由于运输延误,具有时效性的礼品只得贱价处理。

王建辉哑巴吃黄连,又苦又急,结果大病一场。

其后,王建辉冷静下来。

从温州进口太阳眼镜。

当时温州中低档眼镜已是国际市场中的宠儿。

靠这批眼镜,王建辉才转危为安。

此后他一直稳扎稳打,生意渐渐好转。

此后,他决定到阿尔巴尼亚去开拓市场。

当时阿尔巴尼亚商品极其匮乏,外国商人又很少到那里去,王建辉认为这正是自己经商发展的大平台。

由匈牙利到阿尔巴尼亚。

须穿越南斯拉夫。

王建辉独自驾车从布达佩斯出发,路上遭遇一伙歹徒抢劫,幸而警察及时赶来,他才捡了一条命,却 因伤住院了。

在住院期间,王建辉发现阿尔巴尼亚医院里的小药品比布达佩斯还要贵几倍。

他仔细询问了一下,得知阿尔巴尼亚本国药品完全依赖进口。

因此售价奇高。

他猛然问意识到这里存在着巨大的价值空间,不是可以好好利用一下吗?

# <<中国的"犹太人">>

#### 编辑推荐

《中国的"犹太人":浙商传奇》:哪里有市场,哪里就有浙商,在很多地方已成为一句"商谚",有的地方甚至到了"无浙不成市"的程度。

浙江人做生意,从来都是从小处着手,能赚一分是一分。

浙江人的"微利"是图是由来已久的,许多人一分一毛地进行原始积累。

卖纽扣,每粒只赚一分钱,浙江人也干。

做标签,每枚只赚几分钱,浙江人还干。

修鞋子,每双只赚两毛钱,浙江人就干。

卖服装,每套只赚几元钱,浙江人就干。

# <<中国的"犹太人">>>

### 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