

<<女人就是要发光>>

图书基本信息

书名：<<女人就是要发光>>

13位ISBN编号：9787508616896

10位ISBN编号：7508616898

出版时间：2009-12

出版时间：中信

作者：周晓光//胡腾

页数：247

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>

<<女人就是要发光>>

前言

雍容的仁者编者按：改革开放以来，义乌民营经济发展的成就举世瞩目，涌现了一大批勇立潮头、光彩夺目的企业和企业家。

新光控股集团及其董事长周晓光，就是其中杰出的代表之一。

尤其是新光自成立以来，一直在摸索、实践、坚持的一整套独特理念和做法，产生了持续的、较大的社会影响。

2008年5月至2009年6月，中央党校组建了由马克思主义理论部副主任韩庆祥教授，著名伦理学家、原研究生院院长宋惠昌教授领衔的专家课题组，几番南下义乌，广泛了解情况，深入调查研究，对新光集团以“竞和”为特征的发展模式，进行了系统的、理论化的总结和提炼，并形成了数十万字具有理论创新意义的研究报告。

其中对于新光“竞和之道”的核心因素之一——周晓光本人，更是有诸多深刻精辟的分析、总结和概括。

于是，在力图全面反映周晓光创业经历和心路历程的本书即将出版之际，我们摘录了这份报告的部分相关内容，作为本书的代序。

在具有较大国际影响力的浙江省义乌市，在这里林林总总千千万万的民营企业之中，崛起了一个“很不一样”的明星企业——新光控股集团，涌现了一个“很不一样”的明星企业家——周晓光。

新光集团成立于1995年，是一家以流行饰品研发、生产、销售为主业，集投资、商贸、地产等多种产业于一体的大型民营企业集团。

经过十几年的拼搏发展，新光现已稳居全球流行饰品行业龙头地位，产销量及市场占有率高居行业榜首，是当前国内乃至世界规模最大的流行饰品生产基地，市场网络遍及全球70多个国家和地区。

近年来，新光集团着力提升产业层次，创新业务模式，推行多元化发展战略，积极开拓房地产、国际商贸、资本运营等新的市场领域，并先后以杭州西湖绝版地块竞投、上海美丽华集团并购、参与创建“百年人寿”、成为2010年上海世博会正式参展企业等多项成功案例，震动业界。

有着多年“货郎女”、“扁担商”经历的集团董事长周晓光，因其优异的经营业绩、倾力于社会公益事业的高尚道德情怀，以及当选全国人大代表并创造性履行职能的卓越表现，成为全国知名的企业家、杰出女性、浙商群体的代表人物之一。

于是，我们带着喜悦、期待与思考走进了新光，走近周晓光。

我们带着思考走进新光，缘于诸多各级党政、人大等有关部门，社会团体以及新闻媒体，对新光集团的客观介绍和广泛报道。

这些信息逐步汇集、陈列开来，不断展现出一些新鲜的、发人深省的“闪光点”，引发了我们对作为中国广大民营企业一份子的新光，那独特的经营管理理念和发展模式所具有的“样本意义”的考量。

经过一段时间较为广泛地初步了解、访谈，我们逐步认识到，新光集团之所以取得骄人的业绩，究其根本，是在于它多年来自觉不自觉地探索并实践着一种区别于其他很多企业、一种看似与市场规律和“丛林法则”相悖的经营管理理念和发展模式——我们把它称之为“竞和”发展模式。

我们带着喜悦走进新光，因于它既注重活力又注重和谐所显现的“典型意义”。

一个企业的健康运转和发展，归根到底依靠两个平衡协调的“轮子”，一是活力之轮，一是和谐之轮。

新光集团企业以“竞争”而具有发展活力，在同种行业中异军突起、独居鳌头，同时，它又以“合和”而达到和谐，在同种行业中具有典型的榜样示范作用。

这令我们可喜，也令我们深思。

<<女人就是要发光>>

内容概要

在周晓光的身上，你可以看到生命的历程和岁月的洗礼。

她出生于贫困的山区农家，16岁开始走街串巷卖小商品，而令，她与先生一起创办的企盟一新光控股集团，从“前店后厂”的家庭作坊，发展成为集实业、地产、商贸、投资于一体大型民营企业集团，拥有国内乃至全球规模最大的流行饰品生产基地。

她是一个当初连看到火车都感到惊奇的小姑娘，而令，走进了北京的人民大会堂，和国家领导人一起共商国是；她曾因交不起学费只念到高中一年级就中途辍学，而令，她成为哈佛商学院的研修生，顺利从中欧国际工商学院全球CEO班毕业；生命历程中的艰苦和挫折，在她的身上留下了痕迹，沉淀出大气、坚韧、雍容的底蕴。

如今，她将人生中的起伏悲喜娓娓道出，她分享作为女人的人生感受，她讲述创业的宝贵经验。

<<女人就是要发光>>

作者简介

周晓光，中国新光控股集团董事长。

1962年出生于浙江诸暨，1978年涉足商海，1995年创办新光饰品公司。

经过多年创业，新光已发展成为在全国以及全球同行业内有一定影响的大型民营企业集团。

周晓光本人也因其优秀的经营业绩、倾力社会公益事业，以及当选全国人大代表并创造性履行职能的卓越表现，成为全国知名的企业家、杰出女性、浙商群体的代表人物之一。

1998年至今，周晓光先后当选为义乌市十一届、十二届人大代表，金华市第四届人大代表、全国第十、十一届人大代表；曾获得的主要荣誉和称号有：1、中国经营大师；2、中国优秀女企业家；3、浙江省经营管理大师；4、浙江省中小企业创业指导大师；5、浙江省关爱员工优秀企业家；6、2004年中国十大经济女性年度人物；7、2005十大风云浙商之一；8、2007全国十佳巾帼建功标兵；9、2007浙商创新大奖；10、2007优秀中国特色社会主义建设者；11、全国模范劳动关系和谐企业家；12、2007义乌十大慈善家；等等。

周晓光读者圈：www.lanshiZi.com。

<<女人就是要发光>>

书籍目录

代序 周晓光：雍容的仁者序二 闪光的“一小步”序三 会发光的生命最动人序章 成长的秘密第一章 女性创业的时代 勇气：创业的第一步 老师：找到自己的创业导师 前辈：从历史中获得力量 弯路：困顿是上苍赐予的礼物 地图：候鸟生涯教会我空间感 心态：失败了去摆水果摊 舞台：女人的梦想可以有多大 开疆：新兴市场战略背后的创业逻辑第二章 女人的优势在哪里 坚韧：凭甚女儿不如男 销售：社会就是一所大学 自信：做生意我不把自己当女人 直觉：找到与时代的交叉点 恍惚：危机是成长的催化剂 市场：女人的敏感来自天赋 规划：生存战争的秘诀第三章 创造中国式时尚 爱美：一双平绒鞋的故事 谈判：联姻施华洛世奇，牵手宝仕奥莎 设计：请来首席设计师，赋予产品灵魂 时尚：让新光站在风尚的潮头 模式：早期品牌路的喜与忧 品牌：“中国制造”的未来出路 整合：三个女人的梦想第四章 会学习的女人最美 短板：不会管理曾让我哭了又哭 课堂：第一次明白什么叫企业战略 学习：“培训狂”率领团队、影响同行 出国：俄罗斯考察之旅的收获 眼界：美国、欧洲和亚洲的饰品文化 交流：往返太平洋的学习之旅 友谊：从闺蜜身上学到的东西 同学：亦友亦师的中欧商学院同学第五章 女人的管理艺术 规范：请来义乌第一个职业经理人 断腕：13家总代理商浮沉记 渠道：从批发向零售转型 共赢：经销商的成功就是新光的成功 连锁：人是最重要的因素 标准：用ERP系统支撑创意产业 员工：新光的家文化 家长：我为员工考虑小事，员工为企业考虑大事 感动：让我流泪的新光员工 培养：最年轻的总监级高管第六章 带领行业前进 专卖：走在行业的最前端 办厂：与义乌市场共同发展 气度：饰品业“黄埔军校”要的是一片森林 行业：催生义乌小商品专业市场 海外：集体进军国际市场 祸福：义乌模式的乐与苦 转型：引领“义乌模式”转型第七章 女人的资本之道 联盟：“义乌资本联盟”诞生记 收购：收购美丽华，进军上海滩 理性：巴菲特给我的启示第八章 女人的角色 爱情：幸福就是有温暖的同伴 媳妇：对家庭的规划 夫妻：比丈夫能干怎么办 孩子：母亲的角色 家庭：28口之家，最重要的资本第九章 大爱之心 惜缘：我与义乌的缘分 济困：仁者雍容与得道多助 扶危：扶危济困是一种责任 社会：“议案广告”，我的“一小步” 胸怀：“议案大王”的新议案第十章 家族企业的明天 传承：与施华洛世奇交流企业传承 家庭：新光企业气质的来源 作坊：半夜炸掉的电灯泡 家族：企业创业阶段的最佳选择 宪章：新光家族企业的明天尾章 一切都可以从头开始

<<女人就是要发光>>

章节摘录

市场里售卖商品的有各国商人：精明的犹太人、干练的土耳其人、活泼的巴基斯坦人，幽默的伊朗人、冷峻的阿塞拜疆人、能吃苦的越南人……犹如一个小小的“联合国”。

采购者人多如潮，售者则是精神抖擞，有问必答。这种似曾相识的熟悉景象，让我觉得十分亲切。其中的中国商品也不少。

据熟悉情况的人说，在北京雅宝路批发市场附近二三十家托运打包站，每天都有堆积如山的商品，发运来俄罗斯。

我接触了一些在那里做生意的中国人。中国货由于价格低廉，颇受中低收入者的青睐，柜台通常由个体商包租，雇用俄国人售货。他们告诉我这里流动性大，做不好就撤。

在俄罗斯，本地货很难看到。电器市场被日本占领，皮货是意大利产的，化妆品非法国莫属，茶叶来自印度，毛毯、窗帘多为土耳其产，美国巧克力遍布大小商店。

我最关心的当然还是饰品行业。我不得不说，当时莫斯科的流行饰品做得很好。大部分都是自西欧国家进口的产品。这也让我动了想尽早访问西欧诸国的念头。

俄罗斯人并不富裕，但人的整体素质很高。在地铁车厢里，每个人的说话声音很小。等地铁时，很多人都在安静地看书。更没有人随地吐痰。

当时我们出去的经营户、企业主，大部分都是农民出身，很多礼仪上的东西完全不懂。但我自己特别注意个人礼仪这方面的事，有机会便向人多请教。

由于当时义乌只是一个县级城市，从事外事工作的又只有冯美兰一个承办人员，人手不够，经验也不足。

那次对俄罗斯的访问考察，效果并不太理想。出访的经营户们颇有意见，许多人认为花了冤枉钱，表示今后不太想继续参加类似的出国考察。但我更宁愿从长久角度出发来看待这样的活动。

我也因此在饰品业同行里做工作，鼓动他们积极参加考察，多走出去看看外面的世界，多增加对国外的城市规划、市场管理、企业经营等方面的了解。

1996年，我又参加了赴孟加拉国考察的队伍，走访了当地的市场。从那以后，我的出国考察之旅越来越频繁了。

我总的感觉是，俄罗斯商机很多，但当时的商业环境很不安全。中国经商者在莫斯科，几乎人人有过被抢、被盗、被骗的经历，还受过白道黑道的敲诈勒索。

在俄罗斯做生意，总有一种走钢丝绳的感觉，风险大过了机遇。所以，在早期开拓海外市场时，俄罗斯并未成为新光的首选。不过，我一直判断，俄罗斯的确是一个大市场，有极大的吸纳力。

俄罗斯民众对饰品的需求也极为旺盛。因此，我也一直关注着俄罗斯的市场变化。

到2005年，我们的直营店铺终于进驻莫斯科。距离我第一次访问莫斯科，已有10年之遥了。

我关于俄罗斯的另一段难忘记忆，是在2007年3月27日，莫斯科气势恢弘的克洛斯展览中心举行了规模盛大的俄罗斯“中国年”大型经贸活动的开幕式。

这次以“合作共赢，和谐发展”为主题的中国国家展，是中国自1978年改革开放以来以国家名义在境外举办的规模最大、规格最高的展会，共有包括6个部委，八个省、自治区、直辖市的186家企业参加

<<女人就是要发光>>

当初中国有关部门在安排参加这次展会的参加单位时，时任国务院副总理的吴仪点名要求有浙江义乌的单位参加。

之前吴仪视察义乌，对义乌的发展模式和成功经验留下深刻印象，多年来，她一直关心着义乌的发展。

于是，经商务部推荐，中俄国家年中方组委会批准，作为县级市的浙江义乌破例被列入参展单位行列。

我作为唯一的义乌企业家代表也有幸参加了这次盛会。

坐在金碧辉煌的克里姆林官大剧院，置身在如潮的人流里，听到周围不时爆发出一阵阵暴风雨般的热烈掌声，看到随着中国经济实力的不断增强，中国人生活水平的不断改善，国际地位的不断提高，国际影响力的不断扩大和加强，在国家政府之间高规格的国际交往互动中，中国所展现出来的那种兴旺昌盛、泱泱大国的风采，以及备受尊重的国际形象，我感到有一种从内心焕发出来的激动与自豪。

十余年间的巨大变化，让人无法不心生感叹。

眼界：美国、欧洲和亚洲的饰品文化继1995年去俄罗斯、1996年去孟加拉国之后，1997年我又去了美国。

从市场里售卖商品的有各国商人：精明的犹太人、干练的土耳其人、活泼的巴基斯坦人，幽默的伊朗人、冷峻的阿塞拜疆人、能吃苦的越南人……犹如一个小小的“联合国”。

采购者人多如潮，售者则是精神抖擞，有问必答。

这种似曾相识的熟悉景象，让我觉得十分亲切。

其中的中国商品也不少。

据熟悉情况的人说，在北京雅宝路批发市场附近二三十家托运打包站，每天都有堆积如山的商品，发运来俄罗斯。

我接触了一些在那里做生意的中国人。

中国货由于价格低廉，颇受中低收入者的青睐，柜台通常由个体商包租，雇用俄国人售货。

他们告诉我这里流动性大，做不好就撤。

在俄罗斯，本地货很难看到。

电器市场被日本占领，皮货是意大利产的，化妆品非法国莫属，茶叶来自印度，毛毯、窗帘多为土耳其产，美国巧克力遍布大小商店。

我最关心的当然还是饰品行业。

我不得不说，当时莫斯科的流行饰品做得很好。

大部分都是自西欧国家进口的产品。

这也让我动了想尽早访问西欧诸国的念头。

俄罗斯人并不富裕，但人的整体素质很高。

在地铁车厢里，每个人的说话声音很小。

等地铁时，很多人都在安静地看书。

更没有人随地吐痰。

当时我们出去的经营户、企业主，大部分都是农民出身，很多礼仪上的东西完全不懂。

但我自己特别注意个人礼仪这方面的事，有机会便向人多请教。

由于当时义乌只是一个县级城市，从事外事工作的又只有冯美兰一个承办人员，人手不够，经验也不足。

那次对俄罗斯的访问考察，效果并不太理想。

出访的经营户们颇有意见，许多人认为花了冤枉钱，表示今后不太想继续参加类似的出国考察。

但我更宁愿从长久角度出发来看待这样的活动。

我也因此在饰品业同行里做工作，鼓动他们积极参加考察，多走出去看看外面的世界，多增加对国外的城市规划、市场管理、企业经营等方面的了解。

1996年，我又参加了赴孟加拉国考察的队伍，走访了当地的市场。

从那以后，我的出国考察之旅越来越频繁了。

<<女人就是要发光>>

我总的感觉是，俄罗斯商机很多。
但当时的商业环境很不安全。

<<女人就是要发光>>

媒体关注与评论

虽然起初只是一棵小草，却有顶破石板的顽强力量。

当今天已成为一棵大树，仍不忘播撒更多的荫凉。

这就是周晓光的人生，一个女人的传奇。

——杨澜 著名传媒人从一个南方山村的小姑娘，到纵横商界的女企业家，30年商海生涯的故事与感悟.让我们看到平凡女子如何成长为杰出的女性。

——靳羽西 美籍华人，羽西品牌化妆品创始人，著名传媒人周晓光的成长，是一次蝴蝶出蛹的飞翔，是很多中国女孩梦想的榜样。

，而她之所以蜕变为蝴蝶，秘方便是她在此书中不断的表白：女人可以拥有更多的情商，以及一份坚韧的自信——而这也是人最美丽的所在。

——吴晓波 著名财经作家

<<女人就是要发光>>

编辑推荐

《女人就是要发光：“饰品女皇”周晓光创业史》：我将自己创业人生中的种种侧面写下来，是因为人生的每段路都是珍贵的，偶尔停下脚步去回首，是为了从中获得经验与勇气，并与朋友们分享，让我们每个人都找到使自己可以更加自由飞翔的方法。我们提供知识，以应对变化的世界。

<<女人就是要发光>>

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>