

中国建陶首部实战指南
系列丛书

建陶经营 全攻略

All ways to the Management of
Building Ceramic

成功不是因为快，而是因为有方法
思路决定出路，行动决定财富

系统剖析建陶老板、经销商经营困惑的专著
解密中国建陶经典实战案例
为中国建陶营销人提供独特的理念、策略和方法

邱建卫 邓耀邦 编著

著名经济学家温元凯教授
著名企业家蒙娜丽莎集团董事长萧华
著名企业家金意陶董事长何乾

倾情推荐



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

中国建陶首部实战指南
系列丛书

建陶经营 全攻略

邱建卫 邓耀邦 编著

中国建陶首部实战指南系列丛书

中国建陶首部实战指南系列丛书

建陶经营全攻略

邱建卫、邓耀邦 编著

广州番禺印刷有限公司印刷

16开 787毫米×1092毫米 16开本

16.2印张 380千字

2008年10月第1版

(北京东城区安定门内大街东便门大街38号) 2008年10月第1次印刷

印数：6000册

ISBN 978-7-80187-927-4

中国建材出版社出版

邮政编码：100710

电话：010-64269744 (编辑部)

010-64263501 (发行部)

010-64268119

010-64263501 (零售部)

网址：www.cctp.com

E-mail: cctp@cctp.com

定价：36.00元

举报电话：(010) 64512244

版权必究

版权所有



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

建陶经营全攻略/邱建卫, 邓耀邦编著.—北京: 中国
商务出版社, 2008.9

(中国建陶首部实战指南系列丛书: 1)

ISBN 978-7-80181-957-4

I.建… II.①邱…②邓… III.建筑陶瓷—陶瓷工业—
经济发展—研究—中国 IV.F426.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 151282 号

中国建陶首部实战指南系列丛书	北京中商图出版物发行有限责任公司发行
建陶经营全攻略	
邱建卫 邓耀邦 编著	广州建明印刷有限公司印刷
	787 毫米 × 1092 毫米 16 开本
	16.5 印张 280 千字
中国商务出版社出版	2008 年 10 月第 1 版
(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)	2008 年 10 月第 1 次印刷
邮政编码: 100710	印数: 6000 册
电话: 010-64269744 (编辑室)	ISBN 978-7-80181-957-4
010-64295501 (发行部)	
010-64266119	
010-64263201 (零售、邮购)	
网址: www.cctpress.com	
Email: cctp@cctpress.com	定价: 36.00 元

版权专有 侵权必究

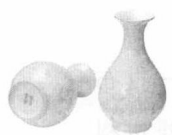
举报电话: (010) 64212247

比人走得更远的是人的思想，人到不了的地方，思想可以达到。

与虎同行必是猛兽，与凤同飞必是俊鸟——您能走多远，在于您与谁同行！

一个人有两种选择是一种痛苦，有多种选择是一种折磨——人生最大的痛苦不是奋斗，而是抉择。

——作者



序

Preface

序一 在国际视野中，构建中国建陶现代产业体系

欣闻我的老朋友、著名企业学者、里程碑顾问首席营销策划专家邱建卫教授与建陶行业著名企划人邓耀邦先生合撰新著《建陶经营全攻略》将出版上市，先睹为快。该书确有不少独特的观点和研创于市场的好方略，全书围绕全球背景下中国建陶产业发展的迷局与出路、中国建陶产业优化升级走向、建陶企业家二次创业的未来职业命运、市场营销人的职业化突破、构建建陶现代企业竞争体系构架等影响中国建陶发展进程的热点和课题，进行实效性探视与思考，并在大量的——一手产业调研、企业诊断、咨询和策划实践中研发出了许多体系性、实效性的决策管理及经营观念与实战操作商务工具。

作为既传统又具有现代化技术竞争因素的中国建陶产业，从个人研究的经济领域与实践阅历出发，我对现今中国建陶业发展希冀提出几点看法供于启迪：

一、中国建陶新一轮产业升级优化，不可忽视全球化发展因素。经济全球化不仅是生产、资金、信息、人才、产品流动，还是全球财富模式的变革——人类财富生产、流动、分配、消费全球化。知识应用模式和信息管理模式为 21 世纪全球财富制造提供了极其重要的技术条件和驱动力。从意大利建陶制造业和西班牙建陶市场的地位，我们明显看到，建陶产业逐渐形成细分化产业链，并在全球范围内展开。产业链强势环节呈两端化趋势，先进企业通过国际产业链上下端来控制整个产业链。西方建陶强企通过控制关键技术和高端市场并制定国际贸易规则来控制产业财富，通过掌握国际金融体系控制财富分配。

在这种状况下，中国建陶企业家应站在国际化的视野，把握建陶关键技术和市场，研究国际产业分工的新机遇，通过创新商业模式，参与国际贸易规则设计，构建中国品牌国际化的中国商圈和全球消费中心。

二、创新与突破是建陶产业升级优化的必然选择。近年来，不少地区提出“腾笼换鸟”的概念，建陶产业应该按照“政府引导，市场运作，优势互补，互利共赢”的方针，着力优化建陶区域产业布局，大力提高劳动力素质，引进先进的

制造业、现代服务业和价值链高端建陶企业，全面提升产业竞争力，形成一批布局合理、特色鲜明、集聚效应明显的产业集群。如何构建现代建陶产业、推进科学化产业基地建设、认清信息化背景下的建陶产业划分与演变形势，成为业界内外共同的战略设计构思焦点。

三、以服务为主导的产业结构转变是全球建陶发展的总趋势。名品、名企、名人是物资与制造工业文明化进程中的重要标志。建陶制造企业和经营商家不可能再像以前“需大于供”的年代那样“靠消费者的无知获取暴利”，而是必须以消费者为导向，将“帮助客户成熟起来”作为企业经营的宗旨。面对全球建陶市场一体化的趋势，建陶企业应以服务为经营导向，通过服务来调整厂家与客户、厂家与商家、雇主与员工、企业与社会的关系，达到和谐发展、合作多赢的目标。

全球经济环境趋于严峻，企业家纷纷准备“过冬”。跨国公司正在全球范围内控制其价值活动，立足于现代信息技术平台，以其个性化的产品和服务在全球范围内整合资源、统筹市场。

中国崛起之象日盛，奥运全球大盛宴闭幕，市场形势尚不容乐观。国人和企业、政府正从道德、文明、环保、契约信誉等软因素上构建适合国际竞争规则的模式。我们定要规避“天生万物养人，人无一德养天”的古语，否则所有一切艰辛创造的繁荣景象最终将证实不过是建立在沙滩上而已。

邱建卫教授与邓耀邦老师能够甘于寂寞，潜心立著，志存高远，传道解惑，实属难得，可敬可贺。不管是建陶行业还是其他行业，中国商道急需一批批学有专长、道有韬略、行有佳绩的智者，不断立足产业高位，整合提炼经营思维，发现竞争规律，为建陶产业整体优化升级出谋划策。

我相信，本书在建陶行业的进一步发展之中，将会起到激励和启发的作用。



2008年9月中秋于北京

（温元凯，中国著名经济学家）

序二 责任先行 思想制胜

《建陶经营全攻略》一书即将付梓之际，邓耀邦先生送来书稿并邀请我为其作序，我与邓先生相识数年，他是我们企业歌曲《蒙娜丽莎之歌》的词作者；邱建卫教授是国内很有影响力的产业学者、著名商务策划专家，是一位颇有作为的企业经营策略顾问。他们联手著书定有所指，细细品读，果然味醇。于是，我便欣然应允。

笔者有幸见证了中国现代陶瓷产业 30 余年的发展史，正是因为有一批立足陶瓷业、服务陶瓷业、献身陶瓷业的有识之士，我国建陶业的发展才如此迅速，成为国内外极具竞争的产业之一；也正是“责任”两字，让一大批先行者作出了不可磨灭的贡献。笔者早年曾在国内率先对国外进口窑炉进行改造，自主研发了成套窑炉技术，降低了投资成本，节省了大量外汇，生产出更符合我国国情的窑炉设备，使现代建陶产业化扩张成为可能。1998 年入主蒙娜丽莎集团后，又将创新、责任的基因融入企业的经营管理中，在行业率先对产品配方进行革新，杜绝使用有放射性隐患的原料，虽然遇到了极大的阻力，但仍然坚持至今。2007 年，符合节能、环保、降耗产业政策的国内第一条建筑陶瓷薄板（PP 板）生产线在蒙娜丽莎集团投产，从此掀起了中国建陶薄形化的序幕。从消费者的角度去考虑，提供符合消费者意愿的健康产品，是蒙娜丽莎企业应尽的义务和责任。当前，沸沸扬扬的食品安全问题，再一次揭示了企业生存的法则：以消费者利益为先。如果违背这一定律，即使是经过多年发展的品牌也能在瞬间轰然倒塌。

目前，中国陶瓷产业受国内外经济大环境的影响，面临着极大的困难。成本直线攀升，原材料涨价、新劳动合同法颁布实施、能源、电力、供水涨价且供应不足、节能降耗硬指标等，行业整体的利润率急剧下降。如何生存下去成为企业首当其冲的大事。因此，减量化、低能耗、再利用的循环经济是陶瓷产业可持续发展的必由之路。放眼未来，符合节能、环保、安全、降耗、低等级原料应用等方面的建陶产品将大行其道。研读《建陶经营全攻略》一书，或许能从中领会到企业的生存发展之道、市场拓展之法、品牌传播之魂。

笔者对《建陶经营全攻略》一书第二章建陶“企业家经营之道”阅后顿有深

刻的印象。赞同书中观点：“一个成功的企业家至少要具备四个特质：一是勤于思考，懒于动手；二是富有智慧，富有思想；三是抓大放小，着眼未来；四是不断学习，思维常新。”要达到这个标准，又需要足够的底蕴，对我们建陶企业领导者的德才兼备提出极高的要求，如何修炼，如该书中写道：“建陶企业老板的德商应从以下几个方面入手：树立品德高尚的人格，顾全大局、以德聚人，公正无私、以德服人，胸怀社会、以德泽人，勤奋进取、以德成人。”十分值得玩味、深思、警醒与共勉。

本书作者邱建卫教授和邓耀邦先生收集了大量的案例，总结出成果，思考出真知，终成此书，实属不易，值得庆贺！我们的建陶产业需要有更多这样勤于思考、善于总结的学者、企业家、职业经理人、营销精英、技术专家、品牌推手，中国建陶业的进步要感谢他们的探索之功、实践之功、思考之功。毕竟，我们正处在一个思想制胜的时代！

以上抛砖引玉，以期共思共勉。



2008年9月24日于西樵山

（萧华，中国陶瓷工业协会副会长、中国建筑卫生陶瓷协会副会长、广东蒙娜丽莎陶瓷（集团）有限公司董事长兼总裁）

序三 众人拾柴 再造辉煌

邱建卫教授是一位著名的企业学者，长期从事企业及产业的研究，先后推出了《老板的能力配置》、《做自己人生的CEO》、《销量就是力量》、《照明灯饰市场实战》等多部专著，并长期为建陶企业提供顾问咨询培训指导。邓耀邦先生是一位资深的策划人，曾服务于鹰牌、新中源集团等多家知名建陶企业，并获优秀陶瓷职业经理人及优秀策划人等称号；邓耀邦先生一直热心于陶瓷企业策划与陶瓷文化的推动工作，并成功策划了首届中国陶瓷企业歌曲之夜等大型活动，每一次都给行业带来了意想不到的惊喜和给人留下难以忘怀的回忆。

中国陶瓷源远流长，当代建筑陶瓷的发展虽然只有短短二三十年，但却取得了令世界瞩目的成就，是中国国内为数不多的基本能取代进口品牌的产业。正因如此，很多建筑陶瓷行业的从业人士都为此而感到自豪。但是，我们也应该清楚看到我们与先进陶瓷生产国还存在着较大的差距，尤其在设计、环保与企业现代管理等诸多方面。随着近年国际陶瓷产业的不断变化，建陶的产业格局正在改变，对企业经营的要求在提高，对人才管理和培养的需求在增加。一批企业在产业外移中凭借品牌与企业实力稳步扩充，也有一批企业在这浪潮中消失。如何在新一轮陶瓷变革中做强做大；如何利用这既是挑战，又是机遇的变革改变中国建陶在国际建陶界的地位，变中国制造为中国创造。这既是建陶企业及建陶经营人士应该仔细琢磨的问题，也是所有从事建陶产业和企业研究者共同关心的问题。“物竞天择，适者生存。”衷心期望中国建陶能尽快走出困境，创造更加辉煌的明天。

邱建卫和邓耀邦两位管理专业人士对陶瓷行业的经营管理及发展模式，进行了多年的追踪和潜心研究，他们共同撰著的《建陶经营全攻略》一书，是一本理论体系化的实战型书籍，不但将建陶企业中成功与失败的经验进行了精心的总结与提炼，而且融合了两位作者多年来对建陶行业服务的心得，是一本非常有价值的经营秘笈。该书思路清晰、知识全面、语言精练、图表丰富、案例有极强的代表性。该书对于建陶老板、市场营销和职业经理人而言，好读、好用，确实是一本不可多得和值得拥有的工具书。

该书的出版将对提高建陶业的运营水平，促进建陶业的持续健康稳定发展发挥重要作用。衷心感谢邱建卫和邓耀邦先生为中国建陶业的发展所付出的辛勤劳动和所作出的贡献，并希冀本书成为建陶业热心之士很好的精神食粮。

A handwritten signature in black ink, appearing to read '黄志红' (Huang Zhenhong), written in a cursive style.

2008年8月28日

（黄志红，中国陶瓷工业协会秘书长）

序四 强化内功，做大做强建陶产业

我国现代建筑陶瓷业虽有近百年的发展历史，但主要发展是在改革开放之后的最近二十几年。这二十几年，我国建陶产品、产量不断提高：1993年起位居世界第一；产品性价比甚佳，极具竞争力；技术装备水平步入世界先进行列，创造了高效率、低成本的建陶生产制式；技术创新不断，建陶新产品层出不穷，行业开始注重核心竞争力的发展与自主知识产权的保护；产品营销不断进步，品牌建设逐步完善；民营企业全面崛起，行业巨头逐步形成，企业竞争，优胜劣汰，做专做精，互补发展；行业标准不断完善，基本与国际标准接轨，必要的强制性标准也开始执行；工艺、技术、设备、管理等方面人才济济，行业的发展培养了自己的人才队伍，我国建陶产业已经成为具有国际竞争力的产业。

随着国内、国际经济形势的发展变化，国家宏观经济调控、银根全面紧缩、连续不断加息，建筑行业、房地产行业已经受到严重影响，建陶行业也受到了较大的影响。建陶行业产能不断增加，这种产能的快速增长在宏观经济调控下不会使建陶产品出现严重的供大于求，产销局面令人担忧。总之，当前建陶行业正面临各种危机，不管危机将持续多久，建陶行业的竞争将更加激烈，作为企业，关键是如何应对、如何化解。危机就是危险与机遇，新的挑战摆在我们行业面前，沧海横流，方显出英雄本色。

《建陶经营全攻略》一书正是邱建卫先生与邓耀邦先生在这样的建陶行业发展背景下完成的，正如作者在后记中所述“中国建陶企业之间的竞争已上升到综合实力的全面竞争阶段”，“建陶产业竞争已经上升为三大要素：一是发展战略管理；二是竞争战略管理；三是核心竞争力管理”。《建陶经营全攻略》是一部具有理论体系的实战型经营攻略，此书从建陶产业知识、建陶行业发展入手，概括总结了建陶企业的生存发展之道、盈利模式、品牌战略等，并对建陶企业的竞争力、营销机制进行了详细的剖析，同时对建陶企业家的经验提炼、建陶市场的分析概括、经销商经营策略的总结、营销终端的具体分析详尽丰富，是笔者近年来所读的最贴近建陶行业实际状况的经营攻略。《建陶经营全攻略》一书的另一特色是其内容具体、总结概括了大量富有特色的案例、挖掘提炼了不少细腻的广大销售

人员日常工作必备的知识，这些都得益于两位作者扎实的专业知识与行业经历，《建陶经营全攻略》一书思路清晰、知识全面、语言精练、图表丰富、案例有很好的代表性，是一本优秀的建陶经营工具书，相信该书的出版，不仅能给行业提供详尽的经营参考手册，也势必推动建陶行业整体经营水平的提高。

很荣幸在《建陶经营全攻略》一书正式出版付印之前阅其书稿，并应作者邱建卫先生、邓耀邦先生之约为其题序，自觉未必胜任，在此仅简单写下自己对建陶行业发展现状的一些看法及阅读书稿的收获，权当作序，期望更多的读者从中获益。



2008年9月22日

(尹虹，博士，佛山陶瓷行业协会秘书长)

序五 抓住行业的经营本质——战略

很显然，陶瓷行业的新一轮调整变革将会比任何时候都来得更为猛烈些。在此产业快速转折的关键时刻，《建陶经营全攻略》一书的出版，可以作为企业家、经营者以及职业经理人共同思考的参照文本，启迪我们构建自己的商道未来发展航向。

（一）

什么是行业本质？企业遵循的经营本质是什么？著名经济学家郎咸平将行业本质定义为企业的最基础性战略，是企业根本的战略。按此定义，以规模优势获得高性价比，进而以低价格进攻市场的陶瓷企业显然犯下了一个致命的错误——错将赢取高性价比的成本策略当成了企业高歌猛进的经营战略。“垒卵之上，岂能重载”，当高成本时代来临，市场以波涛汹涌之势拦腰相撞时，高举成本策略因缺乏市场议价能力必然会像“泰坦尼克号”一样在战略缺失下变得不堪一击，在一片扼腕声中不断沉没。

陶瓷企业经营战略的缺失由来已久，尤其是这种将自身市场优势押宝似的建立在“低价格”营销策略上的陶瓷企业，因长期陷入“为做砖而做砖，为卖砖而卖砖”，或者说“为赚钱而赚钱”的经营思维中不能自拔，自然造成了经营战略上的短视与盲动。近年来陶瓷成为高污染的代名词，如“过街老鼠四处喊打”般被动局面的出现，以及不断上演的同质化价格战，无不是这种经营思维带来的直接恶果。市场是公平的，如今我们部分陶瓷企业在应对行业新政、市场危机时显得捉襟见肘，永续发展能力难以为继，陷入“活着不容易，死掉也困难”的窘境中，实际上是对历史欠账的一种褻赎，是对过往旧账的变相偿还。

谁动了我们的奶酪？我们御冬的棉袄在哪里？经营价值观念的塌陷已经造成了今天陶瓷行业的阶段性整体受损，陶瓷企业如何从经营行业、经营企业的高度规划自身的发展战略，如何以高起点的经营定位形成自身的发展特色，如何从产品、渠道、品牌的无序竞争中回过神来，摒弃刻意的模仿与挤兑，以共同的精神守望捡拾行业的经营之魂：让商道回归中道，这些才是我们重塑行业价值，再造企业战略，寻找行业本质的关键所在。所以，这也是接下来作为陶瓷人，尤其是

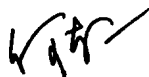
新一代陶瓷人必须面对并为之全力以赴的事情。

(二)

知道“为什么”而活，似乎能克服一切“怎样”的问题，德国哲学家尼采为我们揭示了行业中部分陶瓷企业“溃败”的真谛及陶瓷行业的生存法则。陶瓷行业从来都不缺乏发现问题的人，但缺乏发现问题而又能解决问题的人。进入了“深水区”的陶瓷行业，原始传统的经营手法显然已经无法适应市场发展的需要，尤其是随着体验式消费、厂商合作一体化及空间整体解决方案时代的来临，不但对我们的行销策略提出了更高要求，也对我们的发展规划与战略设置能力提出了更高要求。

陶瓷行业能否摆脱“反复回落”的涨跌怪圈？下一轮竞争的制高点在哪里？未来行业竞争的本质在哪里？如何“以全球应对全球”？这些实质是在考问着我们的战略能力，也考问着我们的策略能力。围绕这些，我们必须思考未来会为消费者提供一种什么样的生活方式，我们为消费者提供这样生活方式的路径有哪些，我们有什么样的措施来支持实现这一目标。同时我们也必须思考，资本与实业的复合运营、全球化的市场竞争是否能为中国陶瓷行业更上层楼打开了芝麻之门。

经营是一种思想载体，是经营者理念的一种实践过程，更是一种商业生命的力量，活着比什么都好。在建陶行业环境发生急剧变化的今天，我们既要埋头苦干，更要抬头看天。生意可以清淡，但思想不可以贫乏。只有当思维与精神成为陶瓷行业的嘹亮交响曲时，陶瓷的气质才会绽放异彩。从这种意义上讲，即将付梓的陶业新作《建陶经营全攻略》也许可以为我们汇聚成长的力量，帮助我们翻开经营和职业成就的智慧一页。



2008年9月中旬于景德镇

(何乾，佛山金意陶陶瓷有限公司董事长兼总经理)

自序 总有一种力量鼓舞着我们前行

2001年前往意大利博罗尼亚展会，有两点让我感到惊讶：一是萨克米公司接待我们在实验车间的窑炉边吃意式大餐；二是参观意大利陶瓷厂，旁边就是私人的别墅，空气清新。时隔6年，中国政府对建陶与环境进行全面治理，当年在意大利出现的情景，未来几年就有望在中国实现。2004年再赴意大利博罗尼亚展会时，琳琅满目的意大利仿古砖及卫浴产品不断冲击着我的眼球。现在，仅过了三年，中国的仿古砖与卫浴产品便进入一个全盛的发展期，在品牌、展示和推广甚至“青出于蓝而胜于蓝”，这再一次增强了我对中国建陶业走向辉煌的信心。

古人说：“他山之石可以攻玉。”中华民族一向是最善于向别的民族学习、研究并超越的。当代中国建陶业的进步是大量建陶精英以及许多默默无闻的劳动者共同努力的成果。中国陶瓷工业协会黄芯红秘书长曾强调：产业的形成主要表现在产业链上，需要一批优秀的窑炉、压机等设备生产企业；需要一批优秀的产品顾问机构、设计企业、釉料企业、广告公司、展示公司、培训服务、行业媒体等。同时，它们的出现，继续推动中国建陶企业的发展。

如何为发展中的中国建陶业助力，如何为建陶业老板、营销人员、经销商提供一套工具、一套思想、一些解决问题的策略和方法，这是邱建卫教授和我编写《建陶经营全攻略》一书的主要原因。

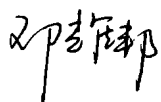
我曾从事过媒体及广告策划工作，服务于包括“新中源”、“新明珠”、“蒙娜丽莎”、“鹰牌”、“金舵”、“嘉俊”、“宏宇”、“欧亚”等建陶企业，在事件营销、品牌提升、活动策划、影视及企业文化建设中打造了一些在当时颇具轰动的事件。先后担任过市场总监和营销副总等职务，通过努力，极大地提升了所服务企业品牌的影响力。在多年的工作与服务中，我总结和提出“品牌个性化，传播立体化，营销精细化”、事件营销的多次传播理论、产品开发“一纵七横”以及产品展示的文化等理论体系；用歌曲《窑火》、《我是一片砖》等表达陶瓷人的思想，用“朗高十景”概括一个陶瓷展厅的创意，以“前人写下精忠篇，今日重读满江红；三十功名成伟业，再看雄鹰傲苍穹”来表达一个陶瓷品牌的志向等。

邱建卫教授和我在为企业管理咨询顾问中，对提供过咨询的各种类型建陶企业进

行了长期的调研，连续跟进几十家不同规模、类型的建陶企业。畅游变化莫测的商海，许多著名建陶企业纷纷折戟沉沙，建陶企业的脆弱、夭折，使我们不得不思考一个问题：如何打造一个卓越的陶企？企业怎样整合自己各种资源，才能培育健康常青的基业？“正确的时机做正确的事。”本书若能为在成长、困惑、挣扎、思考的建陶企业提供一些参考借鉴的智慧，笔者将备感欣慰和荣幸，这也是本书的目的和使命所在。

从想法到成为现实，并不是件简单的事情，大量的资料采访收集是一件工作量非常大的事情，在这个过程中，里程碑顾问·南方新海岸工作室、潮禾企业咨询的同仁们付出了很大的心血，是大家的不断鼓励，才使我们历经四载春秋风雨，方见今日彩虹出。写作期间，张永农老师对本书重要章节进行了多次修订。很多热心的建陶人士给予了很大的鼓励和帮助，他们是：著名经济学家温元凯教授，中国陶瓷工业协会副理事长陈帆教授，中国陶瓷工业协会黄芯红秘书长，佛山陶瓷行业协会尹虹秘书长，《中国质量报》资深财经记者郭凌老师，《中国产经新闻报》资深产业记者周光武、广东高校教材研究中心赵书兰编辑、中数传媒总裁黄艺先生，著名陶瓷企业家萧华先生、霍镰泉先生、何乾先生、叶荣崧先生，知名陶瓷经理人陈兴文、罗新家、李重光、霍锐炽、谭亦军、梁兆津、袁鑫、唐勇、陈勤显、张磊、李彦斌、王军、周轻轩、胡海军以及陶瓷业内资深人士阮庆全、蓝卫兵、喻镇荣、王力、许学峰、叶晓梅、李湘平、周达池、李明诚等。他们为本书资料的采集、案例的整形提炼和全书信息的提供给予了宝贵的支持和帮助，非常感谢他们为本书拨冗指正，正是他们的尽心悉教，才促成了本书的出版。

撰写本书过程中难免欠缺和疏忽，还望读者批评指正。



2008年9月17日于中数传媒生态办公室

目录

Contents

追根寻本 探览商机 /1

建陶是人类古老、传统而又现代化的全球产业，源远流长，文化精深，工艺独特，现代科技。



建陶发展历史必知 /2

没有不倒的企业，只有不倒的产业；没有小行业，只有小生意；有人类的地方，就有建陶的根和源。

建陶从业经营必知 /7

基础不牢、地动山摇，21 世纪最终被淘汰的不是没有知识的人，而是没有职业能力和职业素养的人。

建陶老板 经营之道 /21

老板是世界上最孤独和焦虑的职业，企业越大，朋友越少；资产越多，危机越高。经营是一种功利的游戏，追逐财利、永无尽头。成功不是因为快，而是因为有方法。老板就是一群不断创造需求的商业经营专家。



建陶企业生存与发展透析 /22

世界上没有卖不出去的货，只有卖不出去货的人。红顶商人胡雪岩讲：经商要懂得察势、顺势和逆势。

建陶企业转型升级与可持续发展 /34

山因势而变，水因时而变，人因思而变，创新是老板的职业生命，发展是企业经营的动力源。

建陶企业竞争力分析 /43

多大的渔竿钓多大的鱼，抓住虾米就有机会捕住鲨鱼。一下抓住鲨鱼，就有可能被咬死——竞争力决定生存力。

建陶老板向企业家迈进 /52

作百年老店易，作百年老厂难。大多数人想改变世界，很少有人愿意改变自己。与虎同行，必是猛兽；与凤同飞，必是俊鸟。你能走多远，在于你与谁同行。