



P24

封面故事

在党旗下

观察

专栏

08. 越唐骏越成功?

社会上流行着一种可怕的成功学——只要能成功，手段无所谓

10. 竖起拇指，给员工做主角的机会

让员工更有信心和工作热情，也让身为老板的你更有领导魅力

特别关注

12. “傍大款”是中小企业的战略选择

——访清华大学MBA主讲教授、全国高校项目管理师资协会秘书长李涛博士

报道

公司

14. 香雅的反狙击术：与复制者斗狠

用品牌和规模建立起竞争壁垒，通过产品线的不断创新将对手甩在身后，永远快对手一步

17. 由加盟到自创品牌

为了在温州打造“微微新城”这个品牌，黄信乐光广告费就花了一千多万，但是这一切不过是为他人做嫁衣裳

20. 再造一个用友

凭借着“量体裁衣”的软件和针对性很强的服务，用友在小企业市场的业务突飞猛进

人物

22. 朱国平：慈善为本

特色店

23. “芭迪熊”餐厅：玩才是第一位

在这里，孩子们可以探险、听故事、交朋友，学知识，实际上它更像一个室内主题乐园

封面故事

25. 探路者，前进！

——探索非公有制经济组织党建新课题

30. 以30年党龄向总理汇报

扛着党旗走出创业之路的王晓晖，正带领更多的人走上和谐发展之路

32. 权有让：一个党建指导员的角色定位

一到企业，他就提出了双向培养思路，即把公司管理层和业务骨干培养成党员，把党员培养成业务骨干

34. 非公党建：推进企业发展是关键

——访中共中央党校党建教研部思政室主任张希贤教授

商学院

营销

36. 女子百货的花样营销

用清一色的男营业员做噱头，细致分析女性的购物需求，女子百货把面向女性的营销做到了极致

41. 7-11“俘获”消费者的秘密

7-11不仅是一家便捷的零售商店，更代表了一种简单、新颖的生活方式

46. 微博：情感营销新阵地

微博及时、互动、低成本的特点正被聪明的商家所利用，成为当下最时髦的品牌宣传、产品营销试验田

调查

38. 个体私营车主汽车消费状况调查

商机

市场

49. 从山头到市场——四川竹产业的希望与困境



P49 市场 从山头到市场

——四川竹产业的希望与困境

“以工业化理念抓竹产业”是四川竹产业近年来得以发展的主要原因

52. 江安竹工艺思变

当地的竹工艺品还没有一家注册商标，多是在包装袋上印上出处

54. 林合益：以竹代木的引领者

利用丰富的竹资源研发新型竹材，带动农民加入其中，一条良性的竹产业链终于形成

56. LED照明产业元年

一场室内照明市场的争夺战已经打响

前沿

58. 21cake的甜蜜事业

这个没有实体店铺的蛋糕品牌正在创造烘焙食品行业的新模式

协会

工作研究

60. 服务唱响四重奏 维权当好娘家人

——广东省中山市个私协会小榄分会工作纪实

动态

62. 江苏与新疆共推区域经济发展

63. “五抓五送”打造服务型协会

生活

旅游

66 “漂浮宫殿”的奢华之旅

在茫茫海面上漂浮数日，却丝毫没有枯燥之感，游轮游的乐趣究竟何在

文化娱乐

68. 读经典 养心志

读些国学经典，可以增加睿智，消除戾气，开阔胸怀，修养德行



P17 由加盟到自创品牌



P66 “漂浮宫殿”的奢华之旅