

《中国连锁攻略与49位连锁企业老住

图书基本信息

书名：《中国连锁攻略与49位连锁企业老总的对话》

13位ISBN编号：9787801753328

10位ISBN编号：7801753321

出版时间：2005-10

出版社：长安

作者：高景远

页数：306

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

有人曾经说过，在中国做企业如果能超过十年就应该被称为“老字号”了。但是，中国连锁超市行业似乎注定会让人们刮目相看，因为这几年行业内的“老字号”越来越多。1990年12月26日，中国第一家真正意义的连锁超市企业——东莞美佳超市在广东省东莞市虎门镇诞生了。就在当年虎门销烟的发生地，中国传统零售业嫁接现代连锁经营方式的变革从此上演。此后15年间，中国连锁超市企业迎风而长，在社会经济中发挥着越来越重要的作用。连锁经营企业销售额占社会消费品零售总额的比重逐年提高，从2000年的2.9%提高到2004年的9.3%。2004年中国连锁百强企业销售额已达到4968亿元，门店总数30416个，营业总面积2580万平方米，员工人数81万人。随着多个行业的参与和多种业态的兴起，中国连锁行业的市场潜力及成长性得到了更广泛的认同。很多零售业的专家认为，中国连锁行业15年间所取得的成就，相当于发达国家30年乃至50年在这一领域才完成的积累。但是，我们应该及时总结和深刻反思的东西也很多——具备了天时地利人和，我们还是有不少企业很快由“勇士”变成了“烈士”；我们往往过多地去关注外资零售巨头的扩张，却忽视了对消费者需求和情感的关心，最后抱怨顾客不够爱国；我们一度热衷于制定全国发展战略和上市规划，却没有更多地去管好采购环节和门店促销，以至毛利率一降再降，甚或想着让银行买单；我们还感慨人才难求、资金短缺、管理琐碎……最后归结为一句话：“下辈子再也不干零售业！”当我们所追求的事业被完全数字化后，浮躁既是原因又成了结果。但是，所有这一切欠缺终究只是延缓发展的因素，而不会阻挡住中国连锁行业整体做强做大的步伐。在“大恶狼”面前，“小绵羊”，茁壮成长起来，并能结伴而行随处挑选水草。随着2004年12月11日这一天的到来，“狼”和“羊”终于在同一块蓝天白云下面共处，与“狼”共舞的日子才刚刚开始。2004年，对中国连锁行业来说具有一定的特殊性，这一年发生的一切可以说浓缩了这15年的酸甜苦辣。在此背景下，由《名牌时报·超市周刊》和大连三洋冷链有限公司共同推出历时一年的“与老总对话”，专栏，将镜头聚焦在多年来为企业和行业打拼的连锁精英身上。可以说，中国连锁行业的发展历程也是这些连锁企业老总们创业、奋斗与耕耘的历程。这15年，正是他们以青春、激情和智慧推动着中国连锁行业蓬勃发展，也为我们的事业营造了新的环境和新的契机。《名牌时报·超市周刊》的同仁们将2004年“与老总对话”专栏49位连锁超市老总的专访文章按照发表先后顺序汇编成册，出版这本《中国连锁攻略——与49位连锁企业老总的对话》。在这本连锁行业高端访问读本中，汇集了中国连锁超市的领导者群像，反映了他们(她们)对过去、现在和将来的群体思考，其中有精彩的财富故事，有可坦然面对的失败，有严谨规范的管理实践，也有飞扬激越的思想情怀。这些对中国连锁攻略的谋划者和践行者，对连锁事业的不懈追求、对热点问题的共同关注、对未来生存发展的忧患思考，都展现在这本“对话”的册子里。作为全国首家连锁专业周刊的主编，我对连锁行业情有独钟，因而将这本“对话”作为中国连锁业15年发展历程的总结。在今天看来，其中有些采访对象亦是斯人已去矣，但若将2004年定格，对中国连锁行业而言也算是一段珍贵的历史资料。作为中国连锁行业发展的亲历者和参与者之一，在此我愿意说两句话：其一，这是一本由一群有心的年轻人共同努力出版的连锁超市行业新书；其二，我们愿意继续为中国的连锁超市发展且行且鼓且呼。 主编高景远 2005年8月于北京

《中国连锁攻略与49位连锁企业老住

内容概要

本书是中国连锁业15年发展历程的总结，汇集了中国连锁超市的领导者群像，反映了他们对过去、现在和将来的群体思考，其中还有精彩的财富故事。

《中国连锁攻略与49位连锁企业老住

作者简介

1968年6月出生于陕西省榆林市。曾就读于山西财经大学贸易经济系，学士学位。现为北京工商大学商学院在读硕士。先后在中国商报社和名牌时报社担任记者编辑、主编、总编助理等职务。多年从事流通行业报道，熟悉行业政策和市场情况；在连锁行业建立起了较好的网络资源和人脉关系；对现代商业企业经营与管理有一定研究，曾赴美国、日本、澳大利亚、俄罗斯等国考察调研海外零售市场；策划组织了各类专题论坛、研讨会和企业内训活动数十次。主编出版了《聚焦中国连锁业》(1999年)、《超市连锁经营实务》(1999年)、《帮您省钱—超市设施设备选购手册》(2000年)

书籍目录

物美集团董事长张文中解构物美海下星辰医药有限公司董事长朱丹笑撒“星辰”满人间首联集团总经理于晋鲁笑谈首联整合步步高商业连锁股份有限公司董事长王填情系大店法武汉中百集团董事长汪爱群携中百走出逆境江苏文峰大世界连锁发展股份有限公司董事长徐长江“逼上梁山”的成功者华糖洋华堂商业有限公司总经理麦仓弘“泄露”华堂商场管理真经欧倍德(中国)执行副总裁王文铎谈欧倍德攻略国美电器有限公司副总经理张志铭国美要做港市红筹股广州宏城连锁有限公司总经理洪楚天做个性超市利群集团董事长徐恭藻打造本土百货生力军北京顺天府商贸有限公司总经理葛建中最勤劳+最用心一好商人上海农工商超市有限公司董事长畅德新开中国人自己的大卖场成商集团总裁王德明我不再是个打工者沈阳佳美隆跳蚤市场连锁有限公司总经理孙黎生把服务当品牌来经营武商量贩公司总经理刘聪要做“区域性领袖企业”深圳市一致医药连锁有限公司总经理曲文浩以专业化保“一致”大旗不倒青岛维客集团董事长张贤存打造“老字号”新品牌好美家装潢建材有限公司总经理王家生以人和致胜北京万方港佳商贸有限公司总经理陈志坚做零售的人不能矜持深圳市兴万家商业发展有限公司董事长徐刚先求最好再求大湖南友谊阿波罗股份有限公司董事长胡子敬要做长寿企业深圳市万泽医药连锁有限公司总经理陈一帆万泽的抉择河北国大连锁商业有限公司董事长田彦平追求“竞合”是一种境界百安居中国区总裁卫哲只做自己擅长的事好家乡超市有限公司总经理何建军打造西部优秀零售品牌王府井百货大楼总经理刘冰做中国强势连锁百货全聚德烤鸭集团公司董事长姜俊贤打造中国餐饮第一品牌湖南佳惠百货有限责任公司董事长汤爱华以“围棋战略”做零售好日子超市股份有限公司董事长贾冬梅平常心走进“好日子”华润万家有限公司副总裁章百惠质量重于速度石家庄天元发展有限责任公司董事长杨立新让百姓餐餐不离天元铜锣湾集团有限公司总裁陈智我造了中国第一家MALIL浙江人本超市有限公司总经理林朱金以人为本事在人为山东家家悦超市有限公司董事长王培桓以中小企业的目光看世界宁波三江购物俱乐部有限公司董事长陈念慈做中国特色的IGA沃尔玛中国有限公司副总裁李成杰扩张不一定要收购大庆市庆客隆经贸有限公司董事长王状一做强做大还要做久锦江麦德龙现购自运有限公司高级副总裁吕国满坚持为专业客户服务华普超市有限公司总经理李晶常思方能永胜北京京客隆商业集团股份有限公司董事长卫停战稳健发展不断创新河北省涿州市惠友商贸有限公司董事长张健追昔扼腕志在潮头河南大张实业有限公司董事长张国贤坚持就一定能成功福建永辉集团执行董事张轩宁诠释永辉商道北京超市发连锁股份有限公司总经理李燕川我与超市发同忧乐上海联华快客便利有限公司总经理蔡立仁精打细算做便利苏州美佳倍顺总经理严学秋快乐来自于品味细节武汉中百仓储总经理程军勇立潮头搏激流江苏苏果超市有限公司首席执行官马嘉梁无悔争做“耐驮”的马附录2004年中国连锁行业十大事件

章节摘录

文峰集团作为国内大型商业企业，江苏省流通领域龙头企业，以其一系列的改革举措而备受业内关注，它的掌门人徐长江，也自然成为人们关注的焦点人物。徐长江给我们的第一印象就是稳健。这让人想到他执掌的文峰集团，其发展历程及风格与徐总颇有些相似。于是，与徐总的对话就从文峰如何起步开始。

问：据了解，您是从295万元资产的小招待所起家，做到现在的规模实属不易，您究竟是怎样完成这一“惊人的跳跃”，的？徐长江：与国内其他企业相比，文峰进入市场要早一点，所以提前感受到了竞争的残酷。也正是市场经济的环境，把文峰逼成了现在这样。文峰起步，名义上有295万元，但实际上兜里并没有多少钱。当时的南通，已有南通大饭店等具有外资背景的酒店先后开业，而我们与外商投资企业显然不在同一个起跑线上。文峰要生存，又没钱，怎么办？我当时采取的第一个举措就是利用毗邻上海的地利条件，做异地贸易掘得到发展的“第一桶金”。我们用赚来的钱来发展酒店业，再通过酒店的发展促进商业，实现酒店与零售业的互动发展。此外，我们还通过融资手段筹集到上百万元的流动资金，这笔资金对文峰的发展作用很大。

问：在文峰的创业阶段，最关键的一步在哪儿？您在这一步获得最多的又是什么？徐长江：决定进入商业房地产，是文峰集团成功的关键。其实，这条路也是在市场经济的条件下给逼出来的。南通当时有一家文物商店，由于要做异地贸易，我们就在那里租了3个柜台，生意十分火爆。这激发了我们进入零售业的创业激情与灵感，我们决定要做自己的商店。1987年，南通一条老街实施旧城改造，搬迁一些个体商户，我们不失时机地圈来了一块地皮，开始筹建文峰商场。从商场施工阶段起就不断有搬走的个体商店找到我们租赁柜台，这给了我一个启发，可以搞一种新的租赁模式。如果按照当时租赁的市场价格是一年1.5万元，那5年下来就要7.5万元，而我们5年只收4万元，不过要求一次付清。通过租赁柜台方式，我们筹集现金达600万元之多，这在当时可是个大数目。紧挨着文峰商场我们又开了一家商场，叫中央商厦。文峰也从这里踏上了商业发展之路。

问：文峰的前期只是一个小招待所，可以说您和下面的员工，对商业经营都知之不多，您又是怎样解决这个问题的？徐长江：从筹建中央商厦开始，我确实就遇到了一些商业方面的具体问题。组建“迷你南京路”，是我解决这一难题的具体办法。通过与上海有关部门的磋商，我们引进了当时上海南京路上的29家企业，到南通开分店。我在谈判中的一个条件，就是要上海有200个营业员帮忙做10天，自己的营业员就赶紧跟着他们学。就这样，我们慢慢地建立了自己的管理队伍、采购队伍。我们的第一家大卖场有6万平方米，建于上世纪80年代。在一个地级市里建这样大一个大卖场，在当时风险很大，但当时没有那么多思想束缚，反而成功了。P32-33

《中国连锁攻略与49位连锁企业老住

编辑推荐

本书主要讲述了49位中国连锁业界精英，共同谈论15年中国连锁发展之路。有精彩的财富故事，也有成功的管理实践，还有人们关注的热点话题。打造了首册中国连锁行业高端访问读本。

《中国连锁攻略与49位连锁企业老住

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:www.tushu000.com