

# 《模式修订版（郎咸平经典案例作品零售连锁业经营模式与经营管理，请上下游产业链如何高效整合）》

## 书籍信息

版次：2

页数：

字数：

印刷时间：2010年05月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787506038782

## 内容简介

本书系用最浅显的语言来具体描述每一个案例。为了保证品质，我个人从头到尾仔细修订过数回，保证每个案例的通俗性和可读性，因此对读者的专业要求就相对的较低。只要对企业经营与战略管理阳股市操纵等课题有兴趣的读者，都是我的读者群。我相信以本书系的写作方式而言，一般水平的读者都可以通过囫囵吞枣和走马观花的方式读完，而不会有太大的困难。而且本书系的方法论具有延伸性与类似性，对读者基础背景的教育具有强化的作用。

本书系的方法论极为特殊，是我精心创造出来的，其特点为结构严谨、条理清晰、逻辑连贯，因此适合作为大学本科和研究生有关公司财务、公司治理和企业战略等学科的案例教科书。对于管理学和财务学知识背景较好的学生而言，学习的重点就不是类同一般读者走马观花式地读这套书系，而应学习本书系的方法论。

## 目录

### 总序

前言 经营思维突破——中国企业家思维的落后是阻碍企业发展的最重要原因

### 第一章 快速服装沉浮启示录

#### 引言

#### 概要

#### 第一节 背景介绍

##### 一、新式策略的玩家

##### 二、旧式策略的玩家

#### 第二节 快速时装的成功之路

##### 一、减少前导时间

##### 二、整合供应链

##### 三、增加成本效益

##### 四、多元化经营

##### 五、盖普（GAP Inc.）的失败与改革

##### 六、迅销公司的失败与改革

#### 第三节 结论

### 第二章 思捷环球，股坛神话，零售业者，齐齐借镜

#### 引言

#### 概要

#### 第一节 增长发展篇

##### 一、思捷环球——以收购合并为主的增长策略

##### 二、迪生创建——名牌“收买佬”

##### 三、利福国际——不思进取的守业王

##### 四、永旺——小步小走的增长方式

## 五、永安国际——且战且退，不断收缩

### 第二节 经营模式篇

- 一、经营模式与公司利润究竟有何关系
- 二、详细了解五家公司的经营模式
- 三、从利润的比较看不同经营模式的优劣

### 第三节 成本控制篇

- 一、成本开支是利润增长的一个取舍
- 二、向五家公司取经——不同零售控制成本策略
- 三、总结五家公司的成本控制策略表现

### 第四节 风险管理篇

- 一、成王败寇，还看风险管理
- 二、探讨五家公司的风险管理
- 三、谁的风险最低

### 第五节 总结

## 第三章 中国家电零售连锁企业初析

### 引言

#### 概要

- 一、家电零售行业经营模式概述
- 二、中国家电零售行业的演进及扩张
- 三、家电三巨头的市场竞争及经营状况比较分析

### 第一节 家电零售的大赢家——国美电器的资本运作三部曲

- 一、国美的经营模式
- 二、上市融资
- 三、地产与家电零售结合（1+1>2）
- 四、小结

### 第二节 苏宁电器

- 一、类金融模式
- 二、上市融资
- 三、通过房地产辅助扩张
- 四、苏宁与国美的不同之处：苏宁模式三部曲
- 五、小结

### 第三节 永乐电器

- 一、引入外资前的永乐
- 二、引入外资及重组上市
- 三、在香港成功上市
- 四、永乐与国美的不同点——永乐模式
- 五、小结

### 第四节 总结

## 第四章 全球四大电子零售连锁店企业发展策略分析报告

### 引言

#### 概要

### 第一节 四大企业背景

- 一、百思买 ( Best Buy )
- 二、电路城市 ( Circuit City )
- 三、迪斯捷国际 ( DSG International )
- 四、无线电屋 ( RadioShack )

## 第二节 电子零售市场的历史发展

- 一、初生期：电子零售连锁店的兴起 ( 1981—1990年 )
- 二、成长期：电子零售连锁店的发展 ( 1991—2000年 )
- 三、挑战期：电子零售连锁店的饱和 ( 2001—2005年 )

## 第三节 四大电子零售商总体回顾

- 一、百思买
- 二、无线电屋
- 三、电路城市
- 四、迪斯捷国际

## 第四节 总结

## 第五节 综合分析

# 第五章 师夷长技以制夷

## 引言

## 概要

### 第一节 扩张模式篇：瓜分鼎峙，逐鹿中原

- 一、扩张模式的多样化态势
- 二、扩张模式在中国
- 三、扩张模式财务比拼
- 四、跳跃、渗透各有千秋

### 第二节 业态转型篇：军争为利，众争为危

- 一、大型超市在中国
- 二、大型超市“夭折记”

.....

# 第六章 跨国零售企业在华发展策略研究

# 第七章 中国汽车零部件业的发展

## 在线试读部分章节

### 第一章 快速服装沉浮启示录

#### 第二节 快速时装的成功之路

我们先看看Inditex和H&M的成功之路。简单来说，它们的成功之路由三大步骤组成：第一步是减少前导时间；第二步是增加成本效益；而当企业成功做大做强的时候，最后一步就是多元化的扩张。

##### 一、减少前导时间

在现今竞争激烈的商业社会，效率和速度对企业的成功愈来愈重要。企、世如果掌握

了效率和速度，就能把握市场的先机，捕捉稍纵即逝的赢利机会。著名服装企业Inditex和H&M就是以独特的营运模式，缩短前导时间。对市场需求变化快速反应，从而成功在服装业中崛起，引领服装业的潮流。

究竟前导时间是什么？其实，前导时间就是指一件服装由设计到出售所需的时间。那前导时间的减少又为服装企业带来什么好处？我们可以将时装比作水果，水果一定要在新鲜的情况下才能卖得好，这就正如时装一样。根据资料显示，计算机产品每天贬值0.1%左右，而时装每天的贬值率更高达0.7%。再者，我们可以根据时装的潮流指数将其分为三部分，这就是所谓的潮流三角（图6）。越是时尚的服饰的需求就越不稳定，所以越短的前导时间就越能让服装公司更快的反应市场潮流，这既可提高服装的价值，还可让公司不用预先做好大量成衣，减少存货费用和存货风险；此外，较短的前导时间也可使公司减少对潮流预测的失误，避免生产出不受顾客欢迎的服装，从而避免公司因估计错误而令服装囤积，也可避免折扣促销所导致的损失，最终提高集团总体的利润率。

.....

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)