

<<模式>>

图书基本信息

书名：<<模式>>

13位ISBN编号：9787506025591

10位ISBN编号：7506025590

出版时间：2006-8

出版时间：东方出版社

作者：郎咸平

页数：450

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>

## 前言

我最近在国内巡回演讲时常被问到的问题是不同行业的零售业战略思维与发展模式，包括服装零售、电器零售和超市零售业等。

由于这些业态可通称为零售业，因此，我把读者所熟悉的几家公司综合在本书中进行系列案例讨论。

一、SPA(自有商标服饰专卖零售业店) 我们国内最喜欢喊的口号就是品牌创新，但在SPA(自有商标服饰专卖店)国际品牌例如152年之久的路易威登、古奇、范思哲的压力下，我国SPA根本不敢奢望创建享誉国际的时装品牌，讽刺地说，我们也根本不敢在这些名店的隔壁开店。

当然，百余年的品牌优势给了我们SPA时装业太多太好不必进取的借口。

## <<模式>>

### 内容概要

本书将为您提供最具学术价值、最具专业性和实践性的案例分析。

如果国内零售业一意孤行，放弃整合而宁为鸡头勿为牛尾，就只有等待被国外零售商通过零售倾销逐个击破了。

Zara和瑞典H&M迅速窜红的战略思维值得我们关注与学习。

它们都强调快速设计、快速生产、快速更新，采取“快速、少量、多款”的品牌管理模式，从而迅速获得成功。

国美模式能否长期主导中国的家电零售业更是值得我们关注的话题；我们研究的结论是，进入成熟阶段的欧美同业，不需要通过国美模式也能成为市场主导者，这个结论值得我们关注。

“以市场换技术”本身是一个博弈的过程，跨国公司逐利性的本质决定其只会根据自身利益的需要向中国转让有关技术，双方实力的对称决定了“以市场换技术”战略会取得明显的效果。

## 作者简介

郎咸平，美国沃顿商学院博士，现任香港中文大学教授。  
曾任沃顿商学院、密西根州立大学、俄亥俄州立大学、纽约大学和芝加哥大学教授，被公认为公司治理方面的顶级学者。

著有《操纵》、《整合》、《运作》、《思维》、《标本》、《科幻》等中文著作。

## 书籍目录

前言第一章 快速服装沉浮启示录 引言 概要 第一节 背景介绍 第二节 快速时装的成功之路 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 第二节 经营模式篇 第三节 成本控制篇 第四节 风险管理篇 第五节 总结第三章 中国家电零售连锁企业初析——国美、苏宁、永乐的战略战术比较 引言 概要 第一节 家电零售的大赢家——国美电器的资本动作三部曲 第二节 苏宁电器 第三节 永乐电器 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 第二节 电子零售市场的历史发展 第三节 四大电子零售商总体回顾 第四节 总结 第五节 综合分析第五章 师夷长技以制夷——中国超市连锁业成长之路 引言 概要 第一节 扩张模式篇：瓜分鼎峙，逐鹿中原 第二节 业态转型篇；军争为利，众争为危 第三节 赢利模式篇：投机取巧，以逸待劳 第四节 物流建设篇：先天不足，后天乏术 第五节 财务策略篇：有恃无恐，巧取豪夺 第六节 总论第六章 跨国零售企业在华发展策略研究 引言 概要 第一节 外资进入中国市场的扩张策略 第二节 餐资在华各自开店的模式 第三节 本土物流特色 第四节 中国物流及采购的问题 第五节 外资在中国的物流策略改变 第六节 外资在中国改变物流策略后仍然遇到的问题 第七节 内外资零售企业扩张模式比较 第八节 零售倾销 第九节 总结第七章 中国汽车零部件业的发展 引言 第一节 汽车零部件业 第二节 中国汽车行业分析

<<模式>>

编辑推荐

《模式--零售连锁业战略思维和发展模式》是引起经济学界阵阵旋风的郎咸平，将与您共同探讨零售连锁业的发展战略，同时帮助中国零售业寻找新的战略思维与发展模式。

<<模式>>

#### 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>