

<<沃尔玛帝国>>

图书基本信息

书名：<<沃尔玛帝国>>

13位ISBN编号：9787213036880

10位ISBN编号：7213036882

出版时间：2008-3

出版单位：浙江人民

作者：[美] 约翰·迪克

页数：183

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>

## &lt;&lt;沃尔玛帝国&gt;&gt;

## 前言

导言：沃尔玛帝国 很难说清楚，沃尔玛何时傍上的“官”气。也许，是2004年总统竞选期间，美国副总统迪克·切尼在沃尔玛总部外大加赞扬时染上的。或许，如《纽约时报》报道的，哈莉·贝瑞一大早跑到著名的“沃尔玛欢呼”摇肢弄喉传上的。要么，是沃尔玛宣布在加州新建40个购物广场（supercenter），从而引发该州历史上最大的罢工事件，自己招惹的。参与罢工的59000名食品杂货工最终签下一份削减了薪水、健康福利的合同，当然，彼此的团结也削弱了。

也许这就是为什么沃尔玛的月销售数据成为经济温度计的原因。

直到国家公共电台（NPR）传来沃尔玛的宣传，我们才意识到事情的确不妙。

很难知道这种情况起于何时，正如我们无从知道这种情况何时终结，是否会终结。

目前，有一点是确定的：我们都是沃尔玛的俘虏。

如果你认为此说有点朋克摇滚的味道，也许，你的看法是正确的。

不过，每过38个小时，这种说法就变得不太夸张一点。

沃尔玛散布的购物广场就是以这样的速度矗立起来的：每座杂货、百货店的营业面积为18万—21万平方英尺（1平方英尺约合0.0929平方米），年销售额1亿—1.2亿美元。

截至2004年底，美国本土至少开出了1471家沃尔玛分店。

沃尔玛估计，在市场饱和之前，美国国内可再接纳1000家左右的分店。

美林证券公司的分析师则认为，可以再开2000多家分店。

我们关于“大公司”的概念仍然停留在上一个世纪，那时候，公司总部坐落在摩天大楼里，穿着硬领、搭配得体的白种人围坐在董事会会议桌旁商议对策。

当大多数资源都从地球提炼，由肌肉强健、午餐使用马口铁饭盒的男子锻造出产品的时候，有这种想法是很自然的。

但是，当你采购了足够用一年的庭院清洁袋，推着购物车从沃尔玛灰色的购物场所出来的时候，这种想法就落伍了。

用以说明沃尔玛零售业务成功的数字经常被人拿来炫耀，嫉妒和崇拜交织在一起，达到无以复加的程度，这些数字本身好像就在唱资本主义的赞歌。

沃尔玛是：&middot;全球最大的公司 &middot;全球最大的零售商，DVD、杂志、书籍、唱片、狗食品、尿布、自行车、玩具和牙膏的销量世界第一 &middot;全球最大的杂货商

&middot;美国最大的私营卡车公司 &middot;全球最大的珠宝商，年销售额约23亿美元

&middot;美国、墨西哥、加拿大最大的私人雇主 &middot;如同一个国家：若沃尔玛是一个主权国家，它的GDP高于世界上80%的国家，其中包括以色列、爱尔兰和瑞典 &middot;全球最富有的公司：年销售额达2880亿美元。

这一惊人的销售数字与五年前相比，增加了1230亿美元。

在经历了股市崩溃、经济衰退、微热的经济复苏之后，这是一个了不起的成就 &middot;到2007年，食品和药品销售有望占全美总销售额的35% &middot;每月购买的土地价值逾10亿美元 没有一项数据或类比能充分说明沃尔玛强大的力量。

对于5美元就算一顿奢侈中餐的广大人群来说，2880亿美元这样的数字是没有意义的。

这就像是透过飞机舷窗所看到的：一切你认为是大的东西——十八轮卡车、城市天际线、姚明——在飞机平稳上升几分钟之后，成了地面上一堆涂鸦的小不点儿。

此时，最好留意折叠桌的平衡，而不是关注自己的渺小甚微。

李·司各特，沃尔玛的CEO，经常说在沃尔玛为数众多的世界第一中，找不到哪一项可以说明为什么顾客选择在那里购物。

他是对的。

因为沃尔玛最大，它有什么动作，各零售商都不得不跟上。

## &lt;&lt;沃尔玛帝国&gt;&gt;

而依赖零售商的一些产业更是唯其马首是瞻。

沃尔玛的规模和力量是导致上百家供应商在沃尔玛位于阿肯色州本顿维尔（Bentonville）总部或附近设立办事处的唯一原因。

本顿县是美国发展速度第三的县，若没有沃尔玛的存在，飞速发展是不可能的。

规模和实力使沃尔玛有资本要求供应商采用昂贵、未经测试的技术，沃尔玛因此每天节省上百万美元，而其他人得不到任何投资回报。

尽管和其他状如方盒的超市相似，沃尔玛早就不再是一个单纯的零售连锁店。

沃尔玛与麦当劳、可口可乐、微软一样，是大名鼎鼎的品牌。

这并不意味着，在闪亮的大牌招牌中，又多了一个图标。

加州大学历史系教授尼尔森·里奇顿斯坦说得好，沃尔玛已是一家“样板公司”，其规模和经营范围为整个商业世界设定了标准。

在上世纪50年代，通用汽车公司作为当时全美最大的公司，是一家样板公司。

在汽车工人联合会（United Auto Workers）的强力推动下，通用汽车公司在工人工资、福利和劳资对话等方面奠定了标准。

这些标准很快为汽车行业和大多数制造行业所采纳，因为竞争者如果不紧随样板公司，就有掉队的危险。

落伍的风险是难以承受的。

1953年，通用汽车公司总裁对美国国会说：“对美国有好处的，就是对通用有好处的；反过来也一样。

”这句话出名，不是因为说得率直，而是因为千真万确。

如果李·司各特今天如是说，率直是一点不少，也许还多一点，但反讽意味就太强了。

通用汽车公司是一个以前不曾有过的工业的一部分，产品成了美国身份的一部分，也是美国的象征。

还有，它开创了新的财富，创造了高薪工作（高薪职业），大多数时候服从工会，设定了一个行业的高标准。

竞争对手们紧追不舍，但是，在通用的高质量要求下，竞争者也没有被淘汰出局。

通用汽车公司并不是一家完美的公司，也不是一个完美的社会公民——很少有公司是真正完美的，但是可以说，通用汽车公司干的是好事，而不是坏事。

沃尔玛的崛起建立在小型超市竞争者倒闭的废墟上。

沃尔玛提供了低薪工作，不仅拒绝服从工会，还干脆就不让工会进门。

沃尔玛的确设立了标准，但所设的标准不高，竞争者的标准也就跟着降低了。

沃尔玛掌握了尽可能低价的诀窍，但随之而来的是越来越多的死亡人数和犯罪记录，无论对美国的资本主义，还是对美国（和世界）的工人，都不是好兆头。

可是，我们去沃尔玛购物了。

我们经常上沃尔玛购物。

我们在沃尔玛购物的次数比去其他卖场的次数要多。

这不是平白无故的：在其他零售连锁店不敢涉足的经济欠发达地区，在急需便宜的健康食品和日常用品的地方，沃尔玛去了。

我们也不是心甘情愿地成为沃尔玛的俘虏。

在沃尔玛成长的过程中，始终伴随着猛烈的抨击。

许多难缠的工人、物业主和抗议积极分子纷纷提出抗议，给沃尔玛施加了强大的压力。

但是，这些反沃积极分子如何向顾客解释——李·司各特注意到，特别是那些“工薪族”顾客——为什么同样的东西在别的超市购买要花更多的钱——这个问题是任何反沃社会运动遭遇的最大难题之一。

本书非粗烂之作，作者也不是那种抓了一把文件碎片，从垃圾箱里跳将出来，证明沃尔玛有统治世界的不良企图的人。

本书不是圣徒传记，也不是书店架上越来越多的公司赞美书。

事实上，这本书讲述全美——也许是全球——最强大的公司，探寻沃尔玛版图

## <<沃尔玛帝国>>

的过去和现在，分析大众的工作、购物和生活方式。

本书审视沃尔玛是如何单枪匹马地改变了我们自身对于顾客权益和公民职责的预期。

一家零售商店给予顾客的，居然超越了漫不经心的忠诚感，这在一百年前是难以想象的。

但是，一场战争正在进行中，战役在三个战场上打响——经济进步和生活质量、地区认同和国家同一性、第一重要的低价和美国工人的尊严。

这场激战正演变为一场定义当代社会的全面战争。

沃尔玛是赢家。

沃尔玛不仅遍布美国领土，还占据了美国人的国民意识。

沃尔玛的发展是一个美国故事（正成为一个全球性的故事），在这个故事中，没有十足的无赖，也没有绝世英雄。

也许，这个故事是个美国特色的故事，复杂，令人困惑。

欢迎来到沃尔玛帝国。

## <<沃尔玛帝国>>

### 内容概要

沃尔玛是：全球最大的公司，全球最富有的公司，美国、墨西哥、加拿大最大的私人雇主，超级巨无霸：若沃尔玛是一个独立国家，它的GDP高于世界上80%的国家。

最惹争议的公司。

《沃尔玛帝国》回顾了山姆·沃尔顿的帝国渗透美国商业版图以及美国人意识的历程。

作者约翰·迪克揭开种种政治和宣传迷象，给我们讲述了一个没有大无赖，也没有大英雄的美国故事（这个故事也越来越演变为一个全球性的故事）。

<<沃尔玛帝国>>

书籍目录

导言：沃尔玛帝国第一部 规模至上 第1章 规模，比以往任何时候都重要 Toys Were Us 雷蒙德，让凯玛特见鬼去吧！  
    强烈自尊的藩篱  无论何时，备足顾客所需一切商品  无牌商品？  
这不是问题  永远的故事  光怪陆离的缩影  我们提供工作！  
    讲故事  第2章 “最多才多艺的男孩”  揭下名人的画皮  最多才多艺的男孩  山姆的  
新玩具  羞辱和挫折  糟糕透顶的成功  最谦虚的巨人  平民亿万富翁  第3章 增长机器  
    廉价冠军  食品与其他  节约文化  我们，强大？  
    没有存货=关门大吉  扫描这个！  
    “斯帕姆”牌军用午餐肉罐头和零售娱乐  从卫星到PDA  第4章 沃尔玛表现糟糕之一  
上班打卡  天天都没有健康保险  福利表情符  第5章 沃尔玛表现糟糕之二  沃尔玛就爱没  
有工会  在沃尔玛组织工会！  
哦，好的，该怎么组织呢？  
    工人，还是不动产？  
    一分耕耘，一分收获  拉斯维加斯万岁？  
    沃尔玛效应 ..... 第6章 沃尔玛的国际化第二部 沃尔玛帝国 第7章 热力四射的城市 第8  
章 终究最沃尔玛的世界 第9章 驯兽记 第10章 对沃尔玛说“不” 第11章 白人土地、沃尔玛  
和你致谢参考资料

## &lt;&lt;沃尔玛帝国&gt;&gt;

## 章节摘录

第2章 “最多才多艺的男孩” 我相信我们看待事务的方式，在这十年和下个世纪，自成一格。

全球的经商方式将有所改变，其中的许多变化暗合我们认为的唯沃尔玛独有的经营之道。

——山姆·沃尔顿：《美国制造》 1945年秋，美国人大多还沉醉于日本投降和第二次世界大战结束的喜悦之中，来自阿肯色州小镇上的一个年轻小店主却迫不及待地要去干一件事情：销售女裤。

凭借从岳父处借来的2万美元和妻子凑的5000美元，山姆·沃尔顿自豪地当上了纽波特镇上一家本·富兰克林“一元店”的老板。

作为第二次世界大战后迅速发展起来的特许连锁店，本·富兰克林“一元店”常见于美国南部和中西部的小乡镇。

这些乡镇实在太小，以至于开山鼻祖伍尔沃斯“一元店”都不肯光顾。

就像Tastee-Freeze（不要搞错了，不是乳品皇后Dairy Queen）的冰淇淋一定会供应偏僻小镇一样，本·富兰克林“一元店”是美国小镇上一道不可或缺的风景区，为美国人所钟爱。

店里卖的都是便宜商品，从消遣游戏、玩具到健康美容品，再到季节性商品，一应俱全。

……

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>