

<<百年利丰>>

图书基本信息

书名：<<百年利丰>>

13位ISBN编号：9787300147970

10位ISBN编号：7300147976

出版时间：2011-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：冯邦彦

页数：311

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>

## <<百年利丰>>

### 内容概要

利丰集团是华人冯氏创办的老字号商行，经过一百年来的历史变迁，香港的商行一批又一批地更新换代，而利丰始终屹立不倒，度过了一次又一次政治上和经济上的危机时刻。

《百年利丰:跨国集团亚洲再出发(第2版)》从利丰创建开始详述该公司的发展历程，撷取历史上各个独特的时期，展现给读者一副精彩纷呈的公司发展史和香港经济发展史的画卷。

《百年利丰:跨国集团亚洲再出发(第2版)》为国内大批创业和谋求发展的企业提供了宝贵的借鉴经验；对国内管理学的理论和实践研究也具有重大意义。

## 作者简介

冯邦彦

暨南大学经济学教授、博士研究生导师。

曾任暨南大学特区港澳经济研究所所长(2000—2007年)、暨南大学经济学院院长(2005—2008年)。

现担任广东省人民政府参事、广州市人民政府决策咨询专家、广东经济学会副会长等社会及学术职务

。长期从事香港经济、香港资本与财团、香港经济史等方面的研究，主要著作有《香港英资财团(1841—1996)》、

《香港华资财团(1841—1997)》等。

## &lt;&lt;百年利丰&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一章 利丰创办：广州的岁月
  - 广州：千年商港
  - 利丰创办人冯柏燎
  - 利丰创办：早期在广州的发展
  - 利丰与广州沙面外资洋行
  - 利丰第二代与冯友仁“政变”
  - 20世纪30年代利丰面对的危机
- 第二章 战略转移：利丰在香港早期的发展
  - 20世纪初叶香港转口贸易港确立
  - 香港扎根：利丰（1937）有限公司创办
  - 香港沦陷与冯柏燎病逝广州
  - 战后利丰的重建与发展
  - 与时俱进：工业化时期利丰的战略调整/
- 第三章 第一次上市：1973—1989年
  - 20世纪70年代初香港股市热潮
  - 利丰上市：迈向现代化的起端
  - 从旧式家族经营转向现代化专业化管理
  - 建立“客户主导”的企业营运架构
  - “小怡和”：迈向多元化经营
- 第四章 进军零售业：ok便利店?玩具“反”斗城
  - 进军香港零售市场：ok便利店
  - 玩具“反”斗城：引入美国“仓储店”模式
  - 快图美和缤纷乐园
- 第五章 私有化：家族企业现代化的契机
  - 利丰私有化：管理层收购的先驱
  - 华人家族企业的经营管理模式
  - 从多元化到专业化经营
  - 1992年利丰重组上市
  - 冯汉柱先生病逝
- 第六章 “填补空间”策略：购并英之杰采购
  - 英之杰采购（天祥洋行）的由来
  - 利丰贸易收购英之杰采购（天祥洋行）
  - 实施“填补空间”策略（1996—1998年）
  - 利丰贸易的挑战：企业文化的差异
- 第七章 拓展全球采购、经销网络
  - 收购太古贸易和金巴莉
  - 收购“同一屋檐下的巨人”——colby
  - “双线收购”拓展全球采购网络
  - 登陆美欧的“本土策略”
  - 利丰贸易的采购代理及与沃尔玛的合作
- 第八章 利和经销：重组、上市与私有化
  - 从和记洋行到英和商务
  - 利丰经销：收购英之杰亚太区市场推广
  - 利和经销：重组与上市
  - 利和经销的业务发展与私有化

## <<百年利丰>>

- 第九章 零售业转型：亚洲化、精品化
  - ok便利店：从营运主导向顾客主导转型
  - 玩具“反”斗城：创立“专卖店”的亚洲模式
  - 利亚零售在香港创业板上市
  - 利邦：收购、业务重组与上市
- 第十章 利丰的全球供应链管理模型
  - “世界是平的”与“在平的世界中竞争”
  - 利丰：从中间商到全球供应链经理人
  - 利丰的全球供应链管理模型
  - 利丰的电子商务业务
- 第十一章 冯国经、冯国纶的经营管理哲学
  - “亚洲最有头脑的商人”
  - 利丰的三年计划：不断改善企业的方法
  - 独特的企业管理架构和管理机制
  - 高瞻远瞩的人才观与人力资源培训计划
  - 卓越的“公司管治”
  - 百年庆典：“再创百年佳绩”
- 第十二章 利丰的新挑战：进军中国内地市场
  - 利丰：跻身香港10大上市财团
  - 利丰的香港?中国观
  - 20世纪90年代利丰在中国内地的投资
  - 21世纪利丰在中国内地的业务发展
  - 利丰的新挑战、新发展：进军中国内地市场
  - 结束语：重整管理层为长远发展铺路
- 利丰大事记
- 参考文献

## &lt;&lt;百年利丰&gt;&gt;

## 章节摘录

利丰贸易管理层关注到每一个员工在合并后的个人利益，并作好适当的安排，让员工放心工作。由于利丰贸易的一套关于员工薪酬与部门盈利挂钩的激励机制甚有吸引力，天祥的员工对合并普遍持正面评价，事前疑虑一扫而空，对利丰贸易的经营哲学及业务策略亦普遍认同。

具有丰富经验的天祥洋行经理人员在两家公司合并后全部都留了下来，这批经理本身对新产品的经验（那些利丰贸易没有的产品），增加了利丰贸易的产品种类，尤其是硬产品，为公司的发展带来了新的动力。

两家公司合并后，利丰贸易旗下员工大幅增加了一倍以上，特别是一批来自世界各地的非华裔经理人员加盟。

利丰贸易获得了丰富的人力资源，也增加了作为一家跨国公司的国际性。

再次，利用收购IBS后所吸收的客户和海外采购办公室，扩充利丰集团的全球采购网络，令利丰贸易的商贸供应链管理网络覆盖范围迅速扩大，增强利丰贸易的核心竞争力。

对于从事贸易的跨国公司来说，利丰贸易的销售基础就是其客户，包括客户的数量、客户的类型、客户的产品种类以及客户的销售市场。

以往，利丰贸易的客户基础主要在美国，欧洲市场则较少。

收购天祥拓宽了利丰贸易的顾客网络。

天祥洋行除了为利丰贸易带来强大的欧洲客户网络外，它本身在南亚、欧洲、地中海以及拉丁美洲的采购公司也扩大了利丰贸易的供应网络。

据利丰贸易估计，收购天祥洋行后，公司顾客的区域及产品分布将趋向均衡。

从地区分布看，美国客户的份额将从原来的84%下降至64%，欧洲客户的份额从13%上升至31%，其他地区的客户亦从3%上升至5%；从产品分布看，美国纺织品客户的份额将从合并前的68%下降到48%，其他国家或地区纺织品客户的份额将从10%上升到30%，而硬产品的份额则保持不变，为22%。

收购前，利丰贸易管理层曾接触天祥洋行的欧洲客户，了解他们的采购需要。

利丰贸易发现欧洲的零售环境比美国大约落后了10~15年，传统的百货公司不断减少，区域性商场逐渐建成，而折扣商店也不断扩展。

随着零售业经营模式的转变，客户对供应管理有了新的认识，也开始从利丰贸易的服务中寻找“一站式”的采购与快速生产服务。

冯国纶表示：“当天祥洋行的客户认识到利丰采购系统能够为他们增加利益后，他们便没有对合并增加任何阻力。

”&hellip;&hellip;

## <<百年利丰>>

### 媒体关注与评论

利丰集团是香港，甚至世界范围内商贸业的一个著名创新者，顺应了经济全球化、采购和生产全球化的趋势，不断改革和创新，使自己从一个传统的中介贸易商逐渐演变成全球商贸供应链的管理者。

利丰集团的经验对于中国内地商贸业的现代化发展有着重要的借鉴意义。

——著名经济学家吴敬琏 利丰由20世纪初广州一家出口贸易公司，发展至21世纪的今天，成为享誉全球的跨国企业，由家族经营转为专业管理，其百载经历，不断见证了大中华经济之变迁，更充分反映了香港体制的独特之处。

利丰深明随机应变的经商之道，实行因时制宜的营商策略，其中建立全球供应链管理模式的等，最为识者称颂，足资借鉴。

——中投国际（香港）有限公司董事长刘遵义 利丰是一家以管理著称的公司，我与冯国经、冯国纶认识已接近30年，并见证了这些年来利丰令人印象深刻的增长。

能够记录如此成功的企业是很重要的，特别是它已持续快速变革了一个世纪。

任何人如欲深入了解一个真正企业的模式，以及香港经济发展的重要一面，我推荐此书。

——汇丰控股集团前主席庞约翰爵士

<<百年利丰>>

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>