

<<十字路口-家乐福在中国>>

图书基本信息

书名：<<十字路口-家乐福在中国>>

13位ISBN编号：9787801128706

10位ISBN编号：7801128702

出版时间：2009-1

出版时间：浩洲 民主与建设出版社 (2009-01出版)

作者：浩洲

页数：338

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;十字路口-家乐福在中国&gt;&gt;

## 前言

可以说，家乐福在中国一直是猫爪子下谋生的老鼠，谦卑有加，但吉星高照，不畏险阻。当中国的高层领导人邓小平，继而是江泽民和朱镕基开始推行开放政策时，他们决定通过引入各行各业的全全球顶级的公司，推动技术进步，建立竞争环境。这些顶级公司包括消费品行业的宝洁和高露洁，汽车行业的大众、通用和本田，银行业的花旗和汇丰等。

但同时，他们也一直设法抑制这些国际竞争对手过快的成长，防止它们获得垄断地位。

这一切都经过精心部署，有条不紊。

在零售行业，实际情况是他们放行了那些最好的心甘情愿前往中国市场的公司，这包括荷兰的万客隆、日本的伊藤洋华堂、中国香港的百佳、沃尔玛和家乐福。

1993年和1994年，前往中国这个市场，你必须要有充分的自信心，并具备足够的勇气和坚韧不拔的精神，因为在那个时候任何一个严肃的商业计划都不会建议你去那么一个个人均收入很低的市场。

中国高层领导的远见卓识取得了极大的成功，它激励了中国本土的公司，培养了当地的巨头。

家乐福在中国的起步小心翼翼。

所有的尝试和试错其结果却都归于成功。

在摆脱了家乐福在北京自找的麻烦后，自助式服务、追求低价的大卖场给中国零售业带来了革命性的变化。

供应商的销售额和卖场的采购额大幅上升，因此而压低的价格使顾客得到了实惠，从而形成了一个良性循环。

那时，除了农贸市场，当地的商场基本都是国营企业，营业员时刻警惕地监视着顾客，上了锁的柜台里商品贫乏。

我现在还仍然清晰地记得来家乐福北京店购物的普通老百姓看着开架商品时那惊讶的表情，不知道面前的东西是可以随意挑选的。

当顾客鼓足勇气拿起一件商品后，便又马上放回了货架。

他们最终还是拣了一件便宜的东西，买回了家，而正是这些顾客到了第二天或过了一周后又重新回到店里，而这次则会买两件甚至更多的东西。

简直不敢想象，人们从未经历过的自助式购物会带来如此巨大的革命性变化。

低价、品种齐全的食品和非食品、自助式服务的概念受到了中国老百姓的极大欢迎。

在当地某些竞争对手看来，似乎这一概念发展得太快了，但人们趋之若鹜，只能顺其发展。

就我本人的经历来说，一直有人提醒我，家乐福应该在当地做一个好公民：要纳税（从一开始我们就大量上交税收），要帮助促进当地的繁荣，要与不断进步的供应商合作，并发给员工较好的薪水，特别是要通过培训向员工传授知识，这方面我们做了很多。

我们给管理人员和员工提供了大量培训，送他们去参加各种课程，甚至送他们出国，并调来了大量外籍管理人员。

但这同时也培训了我们的竞争对手，这是领先者必须付出的代价！

整个过程非常富有成效，中国员工的热情好学和积极向上给我留下了深刻的印象。

我们的一个优势确实就是能让大多数还是年轻人的男女员工得到锻炼，这些年轻人工作非常努力而且聪明过人。

就这样，我们被要求成为好公民，我们也试图成为好公民，故事在继续着。

在扩张过程中我们要解决的一个重要问题是要知道中国的政治和管制体系是如何思维和运行的。

在这方面本书的作者丁利国（Richard）发挥了极为重要的作用。

在我的印象中，丁是一名共产党员，对我来说他可以说是一个“稀有新鲜之辈”，他热衷在政府机关工作。

我清晰地记得他是经历了激烈的思想斗争后才离开了原来的“单位”。

但是，我们那时只是一个很小的团队，并正千方百计地设法得到中国政府的认可。

我必须信任我们团队的成员，Richard帮我了解了中国很多复杂微妙的东西（中央和地方的关系，合作

## <<十字路口-家乐福在中国>>

伙伴的选择、幕后的权力、只能意会的认可等），并帮助我们制定了一个成功的战略，当然这一切也离不开我的“老板”，亚洲区总裁杰拉德·柯磊杰（Gerard Clerc）始终如一的支持和指导。

20世纪80年代制定了开放政策的中国领导人最终作出了正确的选择：在鼓励竞争的政策下，中国公众的购买力得到了大幅度提高，产品更为丰富，而总的来看消费者的权益受到了更大的保护。

在整个过程中，消费品厂商和相关供应链取得了很大进步。

我敢肯定，家乐福也对这些成就作出了自己微薄的贡献。

中国现在的零售领域存在着大量的中外零售商，而家乐福排名第六，前五名全部都是中国本土的零售商。

当然，计划赶不上变化，在这个领域，形势发展之快超出了中国领导人的预料，甚至也超出了我们自己的预料。

但，不管怎样，谁还会怨天尤人呢？

零售业的一个奇妙特点就是它与人紧密相关，不管他们是客户还是员工，或是其他的关键角色如供应商或政府部门。

几个世纪以来，与贸易密不可分的是跨国交流，增进彼此的了解、促进经济的繁荣以及推动和平与进步事业。

就我本人来说，则是让我更好地了解了中国人民的方方面面，他们充满自豪，勤劳刻苦，追求美好的生活。

这是一个聪明睿智积极进取的民族。

我非常感谢所有为上述这些成就作出贡献的人们，感谢使家乐福成为中国的一个好公民的人们。

J.C.Goarin（官汉仁）2008年10月15日于新德里（中文翻译：浩洲）

## <<十字路口-家乐福在中国>>

### 内容概要

如果把“家乐福”三个字输入百度，你会发现2200多万条关于它的信息，远远超过了沃尔玛的680多万条。

在中国，家乐福家喻户晓。

从1996年到2000年短短五年间，家乐福确立了其在中国零售市场的霸主地位。

《十字路口——家乐福在中国》一书的作者本着忠实历史的态度，通过亲身经历和目睹的众多事件，第一次在世人面前揭开了家乐福开辟中国市场惊心动魄的风雨历程，披露了家乐福向北京、上海、重庆、天津、深圳、武汉、宁波、成都等十六个主要城市扩张过程中大量鲜为人知的决策内幕，生动描绘了家乐福（中国）历史上的众多关键人物，深入浅出地解析了家乐福成功经营的独门秘诀。

本书同时也对中国现代零售历史上的一些纵横交错的事件和精彩纷呈的人物进行了真实客观的描述和评价。

同时以第一人称讲述了作者从政府官员到外企高级白领的心路历程，以独特的视角探讨了零售业的精髓。

本书语言通俗易懂，它既适合零售业内人员，又是雅俗共赏的大众读物，是人们了解家乐福和国际跨国公司内部运作体系的一扇窗口。

可以说，它既是纪-实性文学作品，也是零售业的教科书，同时也是外资企业拓展中国市场的典型案例。

本书共分上中下三篇，共38个章节：上部“水土不服”，围绕北京“创益佳”事件，展开了家乐福初入内地所面临的种种危机和起伏；中部“渐入佳景”详尽描述了家乐福（中国）市场战略的确立和扩张过程中大量耐人寻味的事件；下部“风云再起”讲述了家乐福羽翼渐丰后面临的艰难挑战和机遇。

全书约三十万字，附有家乐福在华大事记，中国现代零售业大事记和家乐福在华的门店分布。

本书还附有英文目录和内容介绍。

## <<十字路口-家乐福在中国>>

### 作者简介

丁利国，笔名浩洲，杭州人，现旅居加拿大温哥华。

第一零售网创始人兼总编。

1996年4月加入法国家乐福集团，任中国区全国发展总监，是家乐福中国区的首位雇员。

负责家乐福中国区筹建，制定全国发展战略和规划，挑选合作伙伴，开展合资企业谈判以及门店选址、可行性分析、全国法律事务和政府媒体关系。

2000年10月加盟北京物美集团，任物美大卖场公司董事总经理，创建了物美大卖场。

曾在原国家外经贸部中国国际经济技术交流中心任职七年，负责国际民间组织和联合国项目的编制和执行工作。

1989年毕业于中国社会科学院新闻系英语采访与编辑专业，获法学硕士学位。

研究生期间曾在新华社国际部实习。

<<十字路口-家乐福在中国>>

书籍目录

序言(官汉仁,中文)序言(官汉仁,英文)自序(中文)自序(英文)上篇 水土不服1.遭遇猎头2.身在曹营心在汉3.深圳闯关,我的“生意”情结4.初识家乐福5.没有招牌的创益佳6.锚铤必较零售业7.感悟负流动资金的奥秘8.架着“天桥”的南头店9“钦差大臣”——中国区总裁10.家乐福的生意经11.法国家乐福印象12.初创中国区13.独特的放权文化中篇 渐入佳景14.天无绝人之路15.寻找全国搭档16.打造在华攻略17.直辖市诱惑18.只要好场地,钱不是问题19.华东区的“傲慢”20.天津狙击战21.从沃尔玛“倒戈”22.开辟中西南区23.选址秘诀24.成也萧何,败也萧何25.家乐福的地产经26.休闲繁华的都市下篇 风云再起27.客单价与来客数之谜28.再造北京市场29.金融风暴中的宁波店30.结盟悦达31.东莞争锋:EDLP与HILO的较量32.受冷落的台湾统一集团33.公众形象危机34.总部搬迁,风云突变35.法宝失灵,兵败香港36.合并恐慌37.山雨欲来风满楼38.十字路口附录家乐福大事记中国当代零售业大事记(1992-2008)家乐福门店分布后记

## &lt;&lt;十字路口-家乐福在中国&gt;&gt;

## 章节摘录

3.深圳闯关、我的“生意”情结1996年春的一大。

空客320宽敞的机舱内，空荡荡的，我坐在后舱靠窗的座位上，呆呆地看着窗外飘浮着的白云，脑袋热烘烘的。

我的目的地是与香港一江之隔的特区深圳。

家乐福通知我，第二天上午九点在深圳的香格里拉饭店与柯磊杰签约。

中国大饭店大堂吧柯磊杰的话还在我的耳边：“我们觉得你就是家乐福需要的人，我们可以等，但您必须告诉我们是否愿意加入家乐福。

”话语很坚决，透露出对我的充分信任。

显然，他们对我已经做了很详细的调查。

说实话，我到目前也还未向当事人打听当时选中我的理由，我的猜测是首先我是个中国人，而且非常熟悉中国的做事方式，熟悉中国政府各部门的运行和决策机制；其次我能充满自信地与法国人交流，没有明显的文化上的隔阂；还有就是我的逻辑思维能力比较强，办事有章法；最后我想他们认为我在零售上是一张白纸，要灌输家乐福的经营概念和理念并不难。

当然，重要的还是直觉吧，有时候直觉比逻辑推理更加准确。

自从上次中国大饭店的第二次关键性的面试后，几个月过去了，我在犹疑彷徨和千头万绪中回老家杭州过了个不平静的春节，当时在外企工作的太太已经怀孕，我们即将迎接结婚七年来的第一个新生命，年迈的父母很担心我这个独子离开政府机关会影响我的前途。

Jessica一直催问我的决定，显然家乐福尽管耐心等待了几个月，还是没有能够找到比我更加合适的人选，所以很着急。

而龙永图主任的告诫依然让我十分犹豫，“小丁，出了政府部门要想再回来可就难了”。

从1992年开始，全国上下都处在一种亢奋中，经济高烧不退，到了1996年达到了顶峰。

政府官员、知识分子、工人农民纷纷下海经商，出现了“十亿人民八亿倒”的全民经商的景象。

几乎所有大城市马路上都有人到处摆摊，人们都像吃了激素般地谈论很多人这辈子都没看到过的诸如盘条、石油之类的物资，梦想着把这些东西倒来倒去，最后倒到手里赚一笔大钱或者帮人拆借一笔巨款，坐收巨额佣金。

显然，这种情绪也感染了我，让我有了一种跨人生生意场的强烈愿望。

缺乏商场经验的我利用业余时间经历了无数个天方夜谭般的生意：半夜起来收传真和阿根廷老头做外贸，和神秘兮兮的人搞国际银团贷款，帮人换用卡车装来的美金现钞，推销据说能稳定血压的手表和向远在大洋彼岸的克莱斯勒推荐据说有神奇功能的汽车灯泡，所有这些现在看来真的十分幼稚可笑。虽然一事无成，但不管怎样，这些今天听起来让人捧腹大笑的经历却让我变得成熟，知道了什么可干什么不可干，知道了鉴别形形色色的人，什么时候该一笑而过，什么时候应该严肃对待，这对我在家乐福初期创业时颇多助益。

1996年的春天对我来说是充满新希望、孕育新生命和面临新挑战的关键之年。

我被家乐福的诚意所感动，和全家慎重商量后，终于作出了一生中最重大的决定。

家乐福把起草好的合同传真到我在亚运村北边那没有阳光照耀的家里，我仔细研究了各项条款后就给了家乐福肯定的答复，次日登上了前往深圳的飞机去正式签约。

机舱里格外安静，受过良好训练的漂亮空姐在过道里来回走动，嗡嗡的马达声中乘客们昏昏欲睡。

从北京飞深圳差不多需要3个小时，我闭上眼睛想要休息一会儿，思绪却不知怎么飞到了我在纽约那段难忘的经历。

因为要出席联合国发展系统的会议，20世纪90年代的头几年我经常有机会去纽约，有时甚至是单人前往，呆上个把月。

位于纽约曼哈顿岛东河畔的联合国大厦，占地18英亩，据说这块地是当时纽约富商洛克斐勒捐出850万美金买下并送给联合国，希望能把联合国总部留在纽约，以巩固纽约的世界地位。

联合国建筑群兴建于1947年至1953年间，右侧的大楼是联合国大楼，后面那幢方正笔直得像火柴盒的大楼是秘书处大楼，沿着东河滨的一排办公大厅是安全理事会、社会暨经济理事会，东河滨的人行步

## &lt;&lt;十字路口-家乐福在中国&gt;&gt;

道旁有一座美丽的玫瑰园，约有1400株玫瑰，都是会员国赠送的。

大厦内的各种大小形状功能的会议厅不计其数，刚进去的时候有点像个迷宫，所以每次参加会议就必须首先仔细阅读秘书处的会议安排。

中国代表团一般由外交部和外经贸部的人员共同组成，外交部的司局级领导为团长，外经贸部的司局级领导任副团长。

当时全球最主要的议题就是和平和发展。

关于发展的议题由外经贸部的成员负责。

联合国会议上，除了各国自己的发言外，一般还会有一些国家通过临时组成的小团体集中发表观点。美英向来咄咄逼人，而且始终形影不离，因为两个国家的英文的第一个字母都是U开头，所以连座位也挨着，两个代表经常窃窃私语。

北欧国家一般也会抱成团，俄罗斯已失去了往日苏联的威风，还未摆脱战败国阴影的德国和日本很低调，法国则一贯特立独行，这和家乐福的性格倒有点相似。

发展中国家形成了诸如不结盟国家，77国集团等不同阵营。

中国的发言很受重视，中国代表开始讲话全场马上就会安静下来，这让我由衷地感到中国在上世界上地位的日益上升。

不过，在这些没有窗户的会议厅参加这些会议需要极大的耐心和毅力，有时候为了一个措辞可以开上几天的会，不断地开小会（informal meeting）以及小会的小会（informal informal），而精明强干的秘书处则经常疲于奔命，设法在会议结束前找出各方都能接受的方案。

曼哈顿是世界第一大都会，一眼望去，高楼大厦鳞次栉比，雄伟壮观，可过了东河，路两边的景物和建筑立刻变得非常一般，和其他城市并没有什么差别。

到了法拉盛则就像进入了一个迥然两异的世界。

有着纽约第二大华埠之称的法拉盛，其实是一个多族裔聚居的地方。

法拉盛的主要商业街缅街（Main Street）这条并不宽阔的街道两旁，店铺林立，酒楼餐厅、婚纱影楼、药铺诊所、服装百货、职业介绍、旅行社、银行等应有尽有，一条地铁线和十几条公共汽车线在这里交汇，不同肤色、不同语言的人们在这里聚来散去，散去聚来。

法拉盛因此而显得异常热闹，充满了生机。

这里的中国和韩国超市，商品细致到了中国老字号的王致和酱豆腐和韩国泡菜。

西式快餐、韩国风味、日本料理。

华人在这里从事各种行当，开发地产、教书求学、经营超市、开办诊所、餐饮服务，交通运输等。

让我稍感意外的是，当我初来乍到时，好心的朋友却提醒我要当心，这里的生意人当中十个有九个是骗子。

我就亲耳在一个中餐馆里听一个人在大吹特吹他认识内地的某某部长，副总理，可连名字都说错了。

我就是在法拉盛的一家家庭旅馆里遇见彭先生的。

开家庭旅馆的是一对移民美国的中国夫妇，两层楼的HOUSE，楼上有两间卧室，下面三间，其中楼下的大间老板娘一家住，其余的出租给客人，餐厅共用。

经朋友介绍我有时会住在这个旅馆里。

通常会租二楼那个小间，价格不高，还挺舒适。

晚上，吃完老板娘做的晚饭就经常会到客厅里与人唠嗑。

我好奇地发现，有个穿戴整齐，腰板笔直，头发梳得很整齐的老头经常会坐在客厅的一个角落里，面容慈祥地倾听别人的谈话，时不时会插上一两句话。

时不时还会听到有人高喊：“彭先生，电话”，老头就会缓步走上楼梯，用不甚流利的英语和对方交谈着什么。

似乎是我的身份和对中国内地的知识让彭先生非常感兴趣，他和我攀谈起来，我们就这么整夜整夜地聊，居然成了忘年交。

他告诉我，他是国民党第一代海军军官，是蒋介石送去美国进修的第一批海军将官，他的头衔是少将，辈分应该在当时台湾的“总参谋长”郝柏村之上。

更让我神奇的是，他说世界上真正有钱的并不是比尔盖茨，而是有四个大家族，每个家族都拥有上万

## <<十字路口-家乐福在中国>>

亿美元的家产，其中一个是美国犹太裔的摩门教。

而他认识其中两个家族的人。

这些家族都非常神秘，一般很难接触到。

而他由于和这些巨大的资金有着非常密切的关系，所以能够调动大量资金。

老头人看上去非常和善，也挺健谈。

他告诉我瑞士银行一直想让他成为他们的客户，而瑞士银行的账头是匿名的，只有一个号码。

他还拿出了不少瑞士银行给他发来的信函给我看。

他电话很多，据他说，是那些资金供需双方给他的电话，他一直在帮助资金的借贷，其数额之庞大让我咋舌。

他给我看了一些复杂的借贷文件，资金量都在十亿美金之上。

如果成功的话，2%的佣金将是个天文数字。

老头告诉我，他很欣赏新中国的快速成长，也很希望为中国做点事。

他说，台湾之所以能这么快发展就曾得益于那几个家族给它的巨额贷款，他也想帮中国政府搞到一大笔钱，譬如几千亿美元的发展资金。

当时的中国正缺钱，老头的话让我很心动。

回到北京后，我还真找了当时的一位德高望重的老前辈老领导，他曾委托人去查过国民党的历史，似乎是有这么一个人。

可是，事关重大，这种事听上去很玄乎，终于没敢将此事捅到更高层那里。

其实，那个年代，像我碰到的这类事情应该也不少。

## <<十字路口-家乐福在中国>>

### 后记

写这本书是我的夙愿。

1996年不经意间进入了零售行业，正值我国现代零售行业开始兴起。

结果发现在渠道为王的时代这个行业出人意料的精彩，其中的知识博大精深，穷尽一生也未必能搞得明白。

我喜欢从零做起，因为它最能锻炼人，也最容易让自己有发挥的空间。

当我进入家乐福时，它在中国市场几乎还是空白。

我做的第二个企业是物美大卖场，也是从头做起。

随后我又白手起家做了一个中国零售业和商业地产的门户网站第一零售网。

然而，最值得书写的应该还是家乐福，之所以如此，一是因为它有名，最成功，二是因为它经历的磨难多，再就是它太有性格了。

很多人喜欢它，模仿它，但也有不少人恨它。

关于它的报道很多，有挖掘它的“神秘身世”的、有揭露它的“苔藓战术”的，有人称它为中国的“变色龙”，有说它“曲线救国”的。

但很多文章都只是根据一些很有限的公开资料作的捕风捉影的猜测，编的故事，很多判断和结论与事实并不相符。

作为一个对中国现代零售业产生了巨大影响的企业，特别是一个创立了一整套独特的跨国经营模式的企业，应该很值得我们去研究。

它不仅对零售企业有借鉴意义，而且对一般意义上的企业经营管理，特别是跨国经营管理有很强的指导意义。

写这本书的念头两年前就有了，但由于手头事情太多，一直无法静下心来。

到了温哥华，简单淡静的生活反而让我有了写作的心情和时间。

在写作过程中，我把大部分时间花在了温哥华Kerrisdale的公共图书馆里，那里不仅环境优雅静谧，有利专心思考，而且有大量资料可供查询。

尽管如此。

真正开始动笔时我依然感到路途漫漫，要完成它必当殚精竭虑，且需要很强的毅力。

特别是要回忆起十年前发生的事，而且不少还涉及一些比较敏感的话题、人物和事件，要做到准确、客观，尽量少掺杂个人情绪，真的很难。

书里涉及到很多人，有国家领导，重量级的企业和企业家，家乐福中国的第一代高级管理人员和许多事件中的关键人物。

也涉及到很多城市。

本着公正客观的立场我去描述这些人和企业，描述所涉及的事件，描述当地的风情。

为了避免不必要的误会，有些人物我有意用了假名。

而有些事情和其中的原委也只能是点到为止。

尽管如此，由于本人水平有限，必定还会有不少疏漏之处和考虑不周的地方，希望能得到各方的谅解。

正如我序言中所说，家乐福是个让人又“爱”又“恨”的企业，是一个有争议的企业，所以书中的见解和看法也只能代表作者的一家之言，来自于作者自身的经历、观察和判断。

书中有很多第一次透露的事件，我尽量试图用故事性的语言去描述。

也涉及到不少理论性比较强的东西，算是我这么多年从事零售行业的一点心得和体会，我也尽量用大白话来讲，因为很多读者也许是第一次接触零售这个行业。

但我相信里面的很多道理对业内L---来说应该也会有许多启发。

能把这本书写完首先要感谢王书燕女士和民建出版社对我的信任和支持，帮助我实现了自己的一个心愿。

我特别感谢官汉仁先生给我写的序言，作为本书的关键人物之一他的感受多少代表了老家乐福人和一个法国人的看法。

<<十字路口-家乐福在中国>>

官先生是在未阅读全书的情况下写的序言，因此书中的任何情节、描述和分析判断不代表他的看法和意见。

我要感谢刘延岭和王庆华两位律师给我就本书部分内容提供的宝贵建议。

感谢商务印书馆党委书记孟传良先生、中国版权保护中心主任助理魏红女士、国家新闻出版署对外交流与合作司王华处长给我在版权和出版方面提供的建设性意见。

我要感谢北京的冯澍和曾令同先生、上海的姚晋红女士、美国的中迅先生和加拿大的孙莱女士曾经给我提出的许多可贵建议，他们的独到见解让我受益匪浅。

另外，唐成一先生在资料收集过程中给予了很大帮助。

我还要特别感谢上海的王学军先生和唐成一先生在摄影和图片方面给予的慷慨支持，书中所有图片均为王先生和唐先生拍摄提供。

希望本书能成为业内业外、雅俗共赏、开卷有益的大众读物，同时也可对政府决策部门和各类研究机构有所裨益。

希望它能抛砖引玉，带来更多更好的作品问世，为发展中国零售业和在华中外资企业作出贡献。

2008年10月15日作者于加拿大温哥华

## <<十字路口-家乐福在中国>>

### 编辑推荐

《十字路口:家乐福在中国》一书的作者本着忠实历史的态度,通过亲身经历和目睹的众多事件,第一次在世人面前揭开了家乐福开辟中国市场惊心动魄的风雨历程,披露了家乐福向北京、上海、重庆、天津、深圳、武汉、宁波、成都等十六个主要城市扩张过程中大量鲜为人知的决策内幕,生动描绘了家乐福(中国)历史上的众多关键人物,深入浅出地解析了家乐福成功经营的独门秘诀。

《十字路口:家乐福在中国》同时也对中国现代零售历史上的一些纵横交错的事件和精彩纷呈的人物进行了真实客观的描述和评价。

同时以第一人称讲述了作者从政府官员到外企高级白领的心路历程,以独特的视角探讨了零售业的精髓。

如果把“家乐福”三个字输入百度,你会发现2200多万条关于它的信息,远远超过了沃尔玛的680多万条。

在中国,家乐福家喻户晓。

从1996年到2000年短短五年间,家乐福确立了其在中国零售市场的霸主地位。

<<十字路口-家乐福在中国>>

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>