第一图书网, tushu007.com

<<如家模式>>

图书基本信息

书名：<<如家模式>>

13位ISBN编号：9787501796038

10位ISBN编号：7501796033

出版时间：2010-1

出版时间：中国经济

作者：锦坤品牌研究院 编

页数：209

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

第一图书网, tushu007.com

前言

酒店风云，潮起如家　　1996年5月，锦江国际集团旗下的锦江之星旅馆投资管理有限公司选址上海梅陇，建成了中国的第一家经济型酒店。
1997年，锦江之星梅陇店正式对外营业。
仅仅3个月，入住率就达到了90%，锦江之星一举成名，由此成为中国经济型酒店的鼻祖，开始了中国经济型酒店的领跑之路。
2002年，北京一家名不见经传的唐人酒店（后与首旅旗下的建国客栈联合，改名“如家”）涉足经济型酒店领域，重点发展三星以下的宾馆作为连锁加盟店，开始了跟随之路。
它在跟随之路上并不是一味地模仿，而是在借鉴先行者经验的基础上不断创新，不断嫁接自己的优势资源，建立模板，规模复制，经过5年的布局，完成了从跟随到领跑的过程。
成功超越了锦江之星的“老大”地位。
2006年8月，如家在全国开业门店数量已达到123家，这一数字超越了经营约10年的锦江之星。
2006年10月，如家成功登陆纳斯达克。
成为中国第一个海外上市的经济型连锁酒店。
如家的成功上市引起了国外投资者的极大关注，纷纷把资本注入经济型酒店市场。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

1997年，锦江之星投资了中国的第一家经济型酒店，由此开始了中国经济型酒店的领跑之舞。
5年之后，2002年，一家名不见经传的经济型酒店——如家快捷开始了自己的第一声啼哭。
4年后的2006年10月26日，如家在美国纳斯达克成功登陆，融资超过1亿美元，市值超过8亿美元，从零起步到第一品牌，如家只用了四年时间！
如家为什么能够成为众多中国老百姓的旅居首选，而曾经的第一品牌锦江之星，却似乎被人遗忘？
如家会成为中国的宜必思吗？
还是会超越宜必思成为全球的如家？
四年从零起步到纳斯达克第一股，从跟随到领跑，如家到底做了什么？

书籍目录

第1章 发家史四个男人的梦想两个男人的牵手四个男人的策划从经济型酒店商机到创业IDEA源起“唐人”“唐人”的发展牵手首旅北上寻机会与首旅的艰难谈判季琦偷师如家的新面孔隙缝中寻大市场经济型酒店井喷断层的供需关系如家的市场机会借力资本运营比拼跑马圈地巨大的资金压力资本运营助跑上市找到出色的CFO上市倒计时招股定价及路演敲响纳斯达克股钟第2章 扩张之路从一级城市向二级城市迈进从北京到上海非典后的曙光深入内地边直营边加盟自建直营店特许加盟店锦江、7天、如家策略比较直营加盟的策略转折天价收购得与失收购背景收购过程收购后的风波2008，94个城市，王者归来华南市场西部市场东北市场全国布局王者归来单品牌到双品牌2011年，1000家酒店的梦想海外拓展从跟随到领跑跟随者领跑者第3章 管理内幕自然之道所为所不为，多为少为向成本要效益人才工程“三脚架”管控如家式选址颠覆者精致化产品客房餐饮硬件设施软件服务配套服务精细化服务“品质”时代微笑服务消费者眼中的如家追求“零投诉”服务关键点如家的制胜之道“复制系统”的建立傻瓜式手册标准化的贯彻1000家店一个标准店长和店员复制秘密第4章 营销之法呼叫中心网站800、400预订电话会员制汇聚天下胜在哪里软传播DM心灵之旅故事营销口碑推广孙家式企业家品牌新闻传播品牌接触点品牌联盟与旅游方协同与租车同行与航空合作牵手招商银行携手阿里巴巴借用携程平台第5章 如家的未来多品牌发展产业链的诡计竞争对手的挑战大如家的未来参考文献

章节摘录

两个男人的牵手 20世纪90年代是中国互联网快速发展时期，1997年11月，中国互联网络 信息中心(CNNIC)发布了第一次《中国互联网络发展状况统计报告》：截止 到1997年10月31日，中国共有上网计算机29.9万台，上网用户数62万，CN下 注册的域名4066个，WWW站点约1500个，国际出口带宽25.408M。
互联网来了！
1998年往往被人们视为“ 互联网元年 ”，因为这一年是中 国互联网历史上充满机遇性的关键一年，它不仅承接了中国互联网最初的发 源，而且也迎来了中国互联网的第一次高潮。
它是中国互联网的一个分水岭，就是从这一年开始，中国互联网脱离了高姿态的学院派应用，正式步入了 商业启蒙和酝酿的开始。
也就是这一年，新浪、搜狐、网易、阿里巴巴等日 后风光无限的网站才刚刚起步。
在随后的1999年的互联网浪潮中，出现了一波互联网创业浪潮，尤其是 在北京和上海这样的大都市里，年轻人几乎只有两类：一类是已经创办了网 站，一类是考虑即将进入网络大军。
即使那些没有出过校门、没有任何阅历 的学生，也会递交一份像模像样的互联网创业计划书，开始自己的创业之路 。
而此时有两位年轻人，一位看上去二十八九岁的样子，长着一副娃娃脸，头比常人大，被称为“ 电脑神童 ”。
这位电脑神童就是沈建章，他在15岁 那年，初中没有毕业，直接从初中考入复旦大学计算机本科少年班，一年之 后，复旦还没有毕业，又直接考入美国乔治亚理工大学。
学成后，在美国的 甲骨文公司一做就是3年，当回国探亲时发现中国创业的热潮和中国互联网 发展的潜力，在外企公司做了很久的他隐约感觉，这可能是个很好的创业机 会。
而另一位年轻人是留着板寸头，戴副眼镜的“ 电脑专业户 ”季琦，上海 交通大学的研究生，在求学期间曾和同学一起开了一个电脑公司。
曾在上海 计算机服务公司工作过，也曾成立了协成服务公司。
在协成服务公司工作期 间，在给甲骨文公司做ERP咨询分包时，季琦认识了甲骨文中国区咨询总监 梁建章。
后来，两人成了好朋友，经常一起喝酒。
我觉得你还是应该多了解 这方面 两人都是IT新锐人物，都被互联网以及中国创业的气氛所感染。
1999年 3月，上海徐家汇的一个上海菜餐馆里，梁建章和季琦又聚在一块喝酒。
梁 建章说：“ 最近美国的互联网很火，不如我们也做个网站吧。
季琦说：好啊 ！
” 就这样，背景不同、性格迥异的两个人对中国互联网有着完全一致的判 断：中国的互联网存在着巨大的市场，其机会超过世界上任何一个地方。
正是由于互联网，让这两个男人走到了一起！
四个男人的策划 当梁建章和季琦决定在互联网上一展身手后，两个人经常聚在一起，考 虑运用计算机技术做什么样的业务。
一次梁建章说：“ 我们做旅游吧！
” 旅 游是梁建章的爱好之～，每次周末，只要一有空，就会开车到国家公园、小 城小镇去旅游，自己订酒店，自己查地图，有时也会有点冒险精神。
一次周 末，梁建章和女朋友开车到郊外去玩，在一片小森林里迷路了，半天找不到 出路。
这次经历促使他想到了要办旅游网站，既便利自己，也帮助别人。
季琦觉得做旅游网站的想法不错。
随着中国经济的发展，人民的物质生 活水平越来越高，旅游将是中国未来发展的主流趋势。
况且在中国自助旅行 爱好者的网站或者服务公司还是一片空白，于是两个人决定创办旅游网站。
两个人一边考虑着做什么样的业务，一边在考虑着怎样扩大自己的团队，只靠两个人创业还是不行的，创业是需要资本的，只有资金到位了，才能 创业，才能发展。

两个人喝着小酒，季琦问：“ 我们去找谁呢？
”梁建章说 ：“ 我们得找个有钱的 ”。
没过多久，他们就找到了正在在美国的德意志摩 根建富工作的沈南鹏，此时沈南鹏已经做了一些与其他投行“ 差异化 ”的业 务。
1997年，他操作了以德意志银行作为牵头银行，为中国在欧洲发行5亿 马克债务的业务。
这时，互联网企业已经在美国兴起，沈南鹏已经遇到过很 多人向他讲起互联网。
沈南鹏与季琦是校友，也是上海交通大学的高材生。
1999年梁建章和季 琦找到他一起来互联网公司的时候，他没有半点犹豫就答应下来了。
接下来，梁建章和季琦各出20万元，各占30%的股份。
沈南鹏出60万元，占40%的股 份。
新公司就这样建立起来了。
就这样，开办旅游网站的计划在三个人不断讨论和论证中，逐渐成型。
不过，他们很快发现，他们还缺少拼图的最后一块。
梁建章是做技术和咨询 的，沈南鹏是做投资的，而季琦是自己开公司的，还差一个熟悉旅游业的。
经过短时间的寻觅后，把目标定格在国有企业管理者范敏身上。
此时的范敏已是上海新亚集团酒店管理公司副总经理。
此后，他官运亨 通，又先后被任命为上海旅行社和大陆饭店的总经理。
到1999年的时候，范 敏已经在旅游业里工作了十来年。
20世纪90年代，能在国企里混到总经理的 职位已经是相当不错了，有房有车，还有专职司机，这样的生活应该满足了，没必要也不需要再胡思乱想了。
但是，树欲静而风不止。
有一天，出现了三个人，打破了他的平静。
这几个人就是季琦、梁建章 和沈南鹏。
因为这三人在确定还需要一个熟悉旅游业的创业伙伴之后，他们 开始留意合适的人选。
他们接触了不少旅游公司的管理层，但是，没有人对 这家刚刚成立的小公司感兴趣，更别说为它放弃自己已经拥有的一切。
一个偶然的机会，季琦听说上海大陆饭店的总经理范敏也是上海交通大 学毕业的，做过旅行社，还曾经在瑞士进修。
季琦一听，这不正是我们想要 找的人吗？
1999年的一天，34岁的范敏被一位朋友约到了上海的鹭鹭餐厅。
那里， 已经有3人在静候他的到来，时任德意志银行高管的沈南鹏、甲骨文中国区 咨询总监梁建章、还有创办过许多高科技企业的季琦。
第一次谈话，范敏的表情没有任何变化。
回来后，梁建章、沈南鹏觉得应该再找几个合适的人选。
想把身为国企 总经理、有单位住房、专职司机的范敏挖出来，似乎是不可能的事情。
但是，季琦不愿放弃。
接下来的时间里，季琦施展了他做销售时锲而不舍的精神，经常去上海 西藏中路200号大陆饭店，找范敏谈梦想、谈未来。
或许是季琦的三顾茅庐 的精神感动了范敏，或许是季琦的“ 梦想大饼 ”打动了范敏。
无数次的软磨 硬泡后，范敏心中的激情终于被唤醒，他答应一起参与创业。
四个出身背景完全不同的年轻人聚在一个小酒馆里谋划创业。
野心勃勃 的投资人沈南鹏、能言善辩的创业爱好者季琦、内向腼腆的软件咨询工程师 梁建章和一个不满现状的国有酒店管理者范敏。
在他们的谋划下，携程网诞 生了。
P2-6

编辑推荐

纳斯达克中国酒店第一股的成长内幕　从跟随到领跑颠覆式商业模式全新大解密　锦坤品牌研究院系国务院发展研究中心、上海社科院、复旦大学、中国经济出版社、上海锦坤传播机构等多家机构联合成立的非盈利性质的第三方品牌研究院，专注于为中国企业、政府及组织的品牌建设、成长、发展及壮大提供案例分析、课题研究、专题报道、专著撰写、智慧支持和智力保障。

第一图书网, tushu007.com

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