第一图书网, tushu007.com

<<香港华人家族企业>>

图书基本信息

书名：<<香港华人家族企业>>

13位ISBN编号：9787509739044

10位ISBN编号：7509739047

出版时间：2012-11

出版时间：社会科学文献出版社

作者：李新春，储小平，何轩

页数：284

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

内容概要

近年来，有越来越多的研究关注香港的家族企业与香港经济，但整体来看尚缺乏系统深入的研究，学术性的专题研究还比较少。
针对这种现状，《经济管理类·港澳珠三角区域研究·香港华人家族企业：本土化与国际化》尝试性地进行了系列深度案例研究，我们从各个不同的学术理论角度，对荣氏、利丰、新鸿基、黄道益、李锦记、和汜黄埔等典型的香港华人家族企业进行剖析，希望能起到抛砖引玉的作用，为有志于该研究领域的同仁们提供翔实、可靠的研究素材，为后续研究奠定一定的基础。

作者简介

李新春，中山大学管理学院教授、博士生导师，德国汉堡大学经济学博士，中山大学管理学院中国家族企业研究中心主任，中国企业管理研究会副理事长。
先后承担国家级研究项日10多项。
发表多部学术著作，在《中同社会科学》、《经济研究》、《管理世界》等权威刊物发表学术论文60余篇。

储小平，管理学博十，中山大学岭南学院教授，博士生导师。
长期从事民营家族企业研究。
先后承担多项国家级课题的研究，并在《中国社会科学》、《经济研究》、《管理世界》等权威学术刊物发表较有影响力的学术成果。

何轩，中山大学管理学博士，广东外语外贸大学副教授，中山大学管理学院中国家族企业研究中心兼职研究员长期从事家族企业研究，在《管理世界》、《中国工业经济》、《南开管理评论》等权威刊物发表学术论文20余篇，主持国家自然科学基金项目1项、教育部人文社会科学项目1项、省级项目3项。
目前主要从事中国传统文化、思维模式与现代组织管理的探索性研究。

<<香港华人家族企业>>

书籍目录

永安国际化过程中的家族与企业一 悉尼永安果栏二 香港永安百货公司（1907-1949）三 上海永安百货公司（1918-1956）四 上海永安纺织公司（1922-1956）五 永安国际集团（1950-2008）六 结论参考文献家族资本、社会资本与代际创业：唐氏家族的案例研究一 引言二 家族资本与社会资本三 家族资本、社会资本与代际创业四 家族资本、社会资本与代际创业五 结语参考文献附录家族治理、创业精神传承与代际持续创业：李锦记家族的案例研究一 引言二 持续创业与家族企业的代际传承三 持续创业与代际传承的“ 矛盾四 家族治理、创业精神传承与代际持续创业五 家族治理与家族代际持续创业六 结语参考文献附录家族领导、高管团队与国际化成长：和记黄埔的案例研究一 引言二 关系网络和高管团队三 国际化关系网络和高管团队差序结构四 家族领导在关系网络和差序结构中的连接五 家族领导作为内外连接对国际化成长的影响六 结语参考文献附录企业家族的股权分散与再集中：香港利丰的案例一 引言二 概念与理论回顾……家族权威的延续与破坏：香港家族企业的个案研究家族创业精神与社会资本的传承：荣氏家族的案例研究香港上市公司的家族企业金字塔结构剩余控制权配置与家族企业继任冲突战略创业与家族企业创业精神的传承：百年老字号李锦记案例研究

章节摘录

（一）李锦记家族的代际持续创业　　香港李锦记集团是华人社会中少见的长寿家族企业，从李锦裳先生1888年创办至今已走过120个春秋，其间经历了三次从零资产甚至负资产起步的再创业，每一次都依靠企业家的创业精神重新站立，不断复原，现在，李锦记集团已发展成为产值过50亿美元、员工近5000人的大型企业集团，120年的创业实践，展现出家族坚韧的创业复原能力。

1．第一次再创业：跨地域扩张　　李锦记集团起源于家族先祖李锦裳先生1888年在广东珠海南水创办的李锦记蚝油庄。

蚝油作为一种味道鲜美的调味品，来自于李锦裳先生早年煮蚝时的偶然发现。

然而，1902年珠海南水的一场火灾将蚝油庄多年的创业积累付之一炬，李锦裳先生举家南迁澳门，在异地重新开始蚝油生意，从零开始重新创业。

经过多年努力之后，李锦记蚝油在澳门受到广泛欢迎，家族的业务重新立稳脚跟。

重新起步的李锦记在李兆南先生为代表的第二代创业者努力下，业务有了跨地域的更大发展。

1920年，李锦裳先生辞世前夕，将业务交给三个儿子经营，由于老大李兆荣无心经营，业务主要由另两个儿子李兆登和李兆南负责。

在二人创新推动之下，家族的生意有了进一步的发展。

一方面产品线从单一的蚝油向其他调味品扩展，1920年李锦记成功研制出虾酱并大获成功；另一方面业务实现了跨地域的扩展，李锦记先是将市场和生产扩展到香港市场，1932年更将企业总部迁至香港，在更广阔的空间培育李锦记的品牌。

20世纪50年代李锦记产品进一步在东南亚一些国家打开局面。

然而，此时负责经营的第三代李文达先生的堂兄弟们仍固守传统高档路线，将产品局限于高端富裕市场，以至直到70年代，李锦记仍然采用手工作坊式生产，员工不过20余人。

2．第二次再创业：产品线扩张和工业化生产　　20世纪70年代初，李文达先生和第三代其他成员因经营思路的分歧产生不和，不得不与亲弟李文乐合力收购其余两房人的股份。

由于两兄弟没有足够资金，只能分期付款给堂兄们，李文达兄弟坠入负资产的境地，家族业务也濒于破产。

李锦记不得不走上艰辛的第二次重新创业。

李文达先生主政后，迅速推行自己的创新经营思路，率领李锦记集团实现了产品线的扩张和工业化生产，让企业规模踏上一个新台阶。

1972年，李文达借中美建交之机推出“熊猫牌”平价蚝油，在大众市场受到广泛欢迎，之后相继推出芝麻油等十余种酱料产品，大大加深和拓宽了李锦记的产品线，进而开拓了更广阔的市场。

在这个过程中，李锦记逐渐完成了手工作坊向机械化工业生产的转变，大大提升了生产能力，使产品质量更为稳定，为后续伴随着市场地域扩张的生产基地跨地域布局打下了坚实基础。

……

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