

Необыкновенный генийГлава 666 - Разочарование Адольфа

Купите мне кофе или дайте чаевые Президент Carrefour Asia, Адольф, посмотрел на отчет, лежащий на столе. Он был в плохом настроении.

Что случилось? Как получилось, что в Китае появилась такая компания? Эта компания создала сеть супермаркетов с таким количеством филиалов!

Адольф не мог понять, почему эта компания не арендовала торговые площади, а купила весь торговый центр. Они использовали супермаркет как основу и создали гипермаркет. Разве это не обычная практика Carrefour?

Адольф послал кого-то расследовать деятельность корпорации Tai Hua Supermarket Corporation. Она была похожа на Carrefour. Операционная модель, доходы, модель управления и т.д. были практически идентичны.

Утверждение, что "Супермаркеты Тай Хуа" подражают Carrefour, также не соответствовало действительности. В конце концов, супермаркет "Тай Хуа" имел сильное финансовое обеспечение. Маркетинговые и рекламные стратегии почти всех супермаркетов в мире были примерно одинаковыми. Но планы Tai Hua Supermarket были на ступень выше.

Carrefour в нынешнюю эпоху был не так велик, как в будущем. Хотя Carrefour также проводил акции каждый день, это было ничто по сравнению с супермаркетом "Тай Хуа". Продукция Tai Hua Supermarket была более разнообразной, фрукты и овощи были лучше, чем в супермаркетах Carrefour.

Франция и Китай не были близки, и между ними не было тесного сотрудничества. Это может быть связано с отношениями Китая с Германией. Весь мир знает, что в прошлом у Франции и Германии не было гармоничных отношений.

Но теперь отношения между Францией и Китаем улучшились, и Carrefour решила выйти на китайский рынок в течение следующих двух лет, чтобы протестировать рынок. Но они поняли, что опоздали. Когда они все еще искали подходящие места, неожиданно появился супермаркет Tai Hua.

Эта корпорация Tai Hua Supermarket была слишком сумасшедшей. Кто мог открыть сразу столько филиалов гипермаркета?

Они не беспокоились об убытках?

Carrefour покопался в биографии супермаркета Tai Hua и обнаружил, что гонконгский супермен Ли имеет в нем акции. Супермен Ли был известным бизнесменом во всем мире. Он был очень влиятелен в Азии и обладал огромным состоянием.

Супермен Ли был не единственным акционером в этом бизнесе. У него было много партнеров, и один из них был большим боссом в Китае. Финансовая поддержка этой компании была сильной, и ему не нужно было беспокоиться о своих средствах. Недвижимость в Китае также была дешевой. Им не нужно много средств, чтобы открыть один большой супермаркет.

Carrefour знал, что, исходя из масштабов и продукции Tai Hua Supermarket, для создания каждого филиала необходимо не менее 200 миллионов юаней. Это также было одной из причин, по которой Carrefour не вышла в Китай сразу. Это были значительные инвестиции, и Carrefour не мог предсказать их возврат. Риск был слишком высок.

Но стартовый капитал Tai Hua Supermarket Corporation был невелик, и даже если бы в компанию были влиты средства, они не должны были быть большими. Если каждый филиал обойдется в 200 миллионов юаней, то 20 филиалов будут стоить 500 миллионов долларов США! Это было основано на текущих обменных курсах. Если бы это было сделано по прошлогоднему курсу, сумма была бы больше!

Это были значительные инвестиции.

Но Адольф не знал, что все товары супермаркета "Тай Хуа" продаются в кредит. Все, что им нужно, это разместить депозит и заплатить поставщику в конце месяца. Создание одного филиала не стоит и 20 миллионов юаней. В противном случае первоначальных инвестиций Tai Hua Supermarket было бы недостаточно, чтобы поддерживать сразу 20 гипермаркетов.

Первоначальных инвестиций может не хватить даже на создание 20 больших супермаркетов или на то, чтобы завезти продукты!

Адольф подозревает, что "Супермаркеты Тай Хуа" пользовались поддержкой китайского правительства. Если бы это было не так, то почему бы церемония открытия супермаркетов освещалась на национальном телеканале? С каких пор китайское правительство бесплатно рекламирует бизнесменов?

После открытия супермаркетов Тай Хуа стал очень популярным. Адольф не ожидал этого и не мог понять причину такой популярности. Откуда в такой отсталой стране, которая несколько лет переживала реформацию, такая высокая покупательная способность? Адольф не знал, что, хотя китайцы не получают высоких доходов, их население велико, а китайцы любят вливаться в толпу. Супермаркет был многолюдным местом. Покупатели могли свободно бродить по нему, и продавцы не прогоняли их. Кроме того, там можно было заключить выгодные сделки. Эти причины привлекали множество покупателей. Каждый раз, когда супермаркет "Тай Хуа" объявлял о новых акциях, там собиралась большая толпа. Лозунг текущей акции был достаточным, чтобы привлечь множество покупателей. Покупайте в "Тай Хуа", и вы получите больше денег!

Товары в супермаркете "Тай Хуа" были дешевле. Если бы каждая семья покупала продукты в супермаркете "Тай Хуа", сэкономленная сумма была бы эквивалентна прибавке к зарплате.

Этот лозунг привлек множество покупателей, не имеющих высокого дохода. Чтобы сделать покупки в супермаркетах "Тай Хуа", они проделывали чуть больший путь или ехали на автобусе более часа. В газетах и радиорекламе звучали такие слоганы, как "Ежедневные распродажи, ежедневные скидки", "Понятные цены, разнообразие товаров" и "Покупайте в Tai Hua и почувствуйте себя хорошо". Супермаркет "Тай Хуа" также нанял людей для раздачи листовок в людных местах и на автобусных остановках.

В течение месяца почти все жители городов, где находились супермаркеты "Тай Хуа", знали о супермаркете "Тай Хуа". Даже те жители городов, где нет филиалов супермаркетов "Тай Хуа", также знают о супермаркетах. Это происходило потому, что они видели супермаркеты в новостях.

Адольф пожалел об этом. Если бы он знал, что открыть супермаркеты в Китае будет так просто, он бы разведал место раньше. Возможно, сейчас у Carrefour было бы уже несколько филиалов в Китае.

Некоторые филиалы супермаркета "Тай Хуа" располагались не там, где планировала его

команда. Это еще больше расстроило его.

Адольф думал, что конкурентами компании в Китае будут только Walmart. Но этот супермаркет "Тай Хуа" представлял собой более серьезную угрозу.

Адольф знал, что у местного предприятия больше преимуществ, чем у иностранных компаний. Он не был знаком с местной культурой, а государственная политика будет защищать местных жителей.

Теперь Carrefour было сложнее войти в Китай. Даже если бы им удалось проникнуть на китайский рынок, результаты были бы не такими, как в других странах.

С корпорацией Tai Hua Supermarket нельзя было шутить. Адольф мог только надеяться, что Tai Hua Supermarket нацелена только на китайский рынок. Если он выйдет за границу, то станет еще одним сильным конкурентом Carrefour. Они станут одним из препятствий на пути экспансии Carrefour.

Адольф сообщил об этом в свой штаб. Именно штаб-квартира будет решать, когда Carrefour следует рискнуть и выйти на китайский рынок или подождать и посмотреть. Если супермаркет Tai Hua начнет расширяться дальше, Carrefour упустит возможность выйти на рынок Китая. Но все это будет решать высшее руководство.

Авансовые главы

\$5 и более в месяц

Доступ к 7 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 2 продвинутым главам "Власть и богатство".

\$10 и более в месяц

Доступ к 10 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 4 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$20 и более в месяц

Доступ к 15 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 8 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$50 и более в месяц

Доступ к 27 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 20 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$75 и более в месяц

Доступ к 35 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 30 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$99,99 или более в месяц

Доступ к 45 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 40 продвинутым главам "Сила и богатство".

Ваша поддержка высоко ценится.

<http://tl.rulate.ru/book/12677/2082109>