

<<400个百年老店的长赢基因>>

图书基本信息

书名：<<400个百年老店的长赢基因>>

13位ISBN编号：9787509806654

10位ISBN编号：7509806658

出版时间：2010-5

出版时间：中共党史出版社

作者：张俊杰

页数：340

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>

<<400个百年老店的长赢基因>>

前言

伟大是熬出来的 荷兰皇家壳牌石油公司的一项研究表明：跨国公司的平均生命周期为40至50年，在欧洲和日本，公司的平均生命周期为12.5年，而中国公司则更短，为3到5年。

2005年7月1日公布的中国首部民营企业发展报告“蓝皮书”显示：20年来，中国每年新诞生的企业接近15万家，60%的民营企业在5年内破产，85%的企业在10年内死亡。

面对如此残酷的事实，太阳微公司（SunMicrosystem）董事长麦克尼利说：“要么被吃，要么吃人。”

微软董事长比尔·盖茨则留下了一句掷地有声的名言：“一个优秀的公司离破产永远只有18个月。”

华为总裁任正非感叹：“十年来我天天思考的都是失败，对成功视而不见，也没有什么荣誉感、自豪感，而是危机感。

也许是这样才存活了十年。

我们大家要一起来想，怎样才能活下去，也许才能存活得久一些。

在商场“丛林法则”的作用下，今天的长寿企业可谓凤毛麟角，但是仍然有一些百年老店熠熠生辉。

□世界上最长寿的企业已经存在了1400多年，它就是日本的株式会社金刚组——最初修建佛寺和神道庙宇，现在经营民用建筑。

□欧洲最长寿的企业是法国的古拉尼公司，它在公元1000年的时候经营葡萄园，现在拥有博物馆和蝴蝶农场。

□美国的最长寿公司Zildjian乐器公司创立于1623年，最初在君士坦丁堡，1909年才移民到美国麻省，经营的业务是制作和销售打击乐器。

□中国最有代表性的百年老店则是诞生于1669年的同仁堂，“炮制虽繁必不敢省人工、品味虽贵必不敢减物力”的祖训至今令人津津乐道。

<<400个百年老店的长赢基因>>

内容概要

在商场“丛林法则”的作用下，今天的长寿企业可谓凤毛麟角，但是仍然有一些百年老店熠熠生辉。

□世界上最长寿的企业已经存在了1400多年，它就是日本的株式会社金刚组——最初修建佛寺和神道庙宇，现在经营民用建筑。

□欧洲最长寿的企业是法国的古拉尼公司，它在公元1000年的时候经营葡萄园，现在拥有博物馆和蝴蝶农场。

<<400个百年老店的长赢基因>>

书籍目录

第一章 创新基因——百年老店的魅力源头第二章 诚信基因——信誉是最好的金字招牌第三章 质量基因——高品质是长寿企业的成人礼第四章 变革基因——最能适应市场变化，才能活得最久第五章 管理基因——不让企业因领导人更迭而倒下第六章 品牌基因——好牌子都经过千锤百炼第七章 领袖基因——百年企业的诞生，经理人功不可没第八章 人才基因——让员工跟随企业一起成长第九章 文化基因——宗教式的组织文化让企业以不变应万变第十章 模式基因——找到自己生财的门道第十一章 家庭基因——富过三代的密码第十二章 科技基因——重视研发让企业长盛不衰第十三章 竞争基因——亮剑精神让百年老店永葆青春第十四章 危机基因——生存比成长更重要第十五章 责任基因——有责任感的企业走得更长远第十六章 战略基因——方向对路，发展才能对路第十七章 情报基因——决定企业生死的“第四种生产要素”第十八章 勤俭基因——勤俭持家才能活得更久第十九章 资源基因——占有了资源就占有了一切第二十章 服务基因——谁赢得了顾客，谁就能笑到最后

<<400个百年老店的长赢基因>>

章节摘录

002.雷诺汽车——结合“成本优势”创新产品口创始人——路易斯·雷诺三兄弟口创立时间——1898年口所属国家——法国1898年，年仅21岁的路易·雷诺在巴黎市郊比昂古创建了富诺公司。当时，工厂只有6名工人，一年仅生产6辆汽车。

在创业的过程中，易斯·雷诺充分发挥自己在机械方面的天赋，发明了直接传动系统和涡轮增压器。

1900年，雷诺公司在巴黎—柏林等车赛中接连获胜而名声大振，公司进入快速发展期，1914年开始大规模生产。

二战期间，雷诺在比昂古的工厂一半设施被毁，几乎毁于一旦。

战争结束后，雷诺公司被政府收归国有。

在政府资本的支持下，雷诺公司兼并了许多小汽车公司，开发出多种汽车产品占领市场，一度成为法国最大的汽车生产企业。

今天，雷诺汽车公司生产范围广泛，除了雷诺轿车，还生产拖拉机、农业机械、机床、小型军用发动机、轴承、自行车、工业用橡胶等，同时还承包工程、经营车辆出租、设备中长期租赁及信贷业务等，涉及工业、商业、金融和不动产各业。

长赢基因——在低成本的基础上全面创新 随着世界汽车市场竞争压力的加剧，降低生产成本成为促使汽车工业发生变革的重要因素。

与此同时，汽车用户对汽车产品的安全性、舒适性和个性化提出的要求也越来越高。

雷诺汽车公司看准了这种发展趋势，走出了一条降低成本与产品创新相结合的成功之路。

(1) 积极打造成本优势。

雷诺公司打造自己的成本优势，主要是从降低产品的研发费用和提高生产现场的管理效率入手。

比如，在研发的阶段，雷诺公司研发中心多年来一直着力于强调零部件的通用化。

以汽车底盘为例，为了使汽车底盘达到通用化的标准，雷诺汽车现在的底盘已从1990年以前的十几座减到八座。

雷诺1997年推出的热门新车“梅甘娜”（Megane）上使用的底盘，还可以再生产出6个车型。

(2) 结合成本优势进行产品创新。

在不断推进成本管理的实践中，雷诺公司获得了比较强的成本优势，于是转而在创新上寻求突破。

在产品设计上，雷诺同时拿下欧洲年度风云车与NCAP五星级安全认证的“雷诺Megane”。

Megane的尾部以欧洲古代马车作为设计思想，雷诺的设计工程人员，从造型的层面入手，结合同级车中最佳的车体结构安全设计，造就了这一非凡的设计。

<<400个百年老店的长赢基因>>

媒体关注与评论

“这个家族的历史贯穿着一条线：历代的柯万特成员从不固守于某种行业。一旦发现某种产业经营发生变化，他们就迅速重新部署。

”——雍卜鲁特（柯万特家族传记的作者） “我很早就持有这个观点，即许多家族认为家族首脑在任何事情上都是世界上最杰出的专家，结果自取灭亡。

”——杰拉尔德·卡文迪什·格罗夫纳 “伟大是熬出来的，这个熬不是煎熬，而是修炼。

”——格兰仕集团执行总裁梁昭贤 “即使我的企业一夜之间烧光，只要我的牌子还在，我就马上能恢复生产。

”——阿萨·G·坎得勒（可口可乐公司创办人） “100年只是历史的一瞬间，所以只用一句话就可以概括出克罗格公司的事迹：‘人无我有，人有我心’。

”——《创新100年——克罗格的故事》 “第一，必须尊重个人；第二，必须尽可能给予顾客最好的服务；第三，必须追求优异的工作表现。

”——IBM公司的“沃森哲学”

<<400个百年老店的长赢基因>>

编辑推荐

《400个百年老店的长赢基因：全球400个长青企业百年老店经久不衰的成功秘诀》：追求基业长青是所有企业家的梦想，打造百年老店是所有经理人的选择。

500强企业也可能一夜之间倒闭，而500年的企业才能基业长青，打造百年老店，是中国企业家的神圣使命和责任，不做500强，但做500年。

<<400个百年老店的长赢基因>>

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>