

<<我的雷诺岁月>>

图书基本信息

书名：<<我的雷诺岁月>>

13位ISBN编号：9787543649484

10位ISBN编号：7543649489

出版时间：2009-1

出版时间：施伟泽、杨文千 青岛出版社 (2009-01出版)

作者：施伟泽

页数：236

译者：杨文千

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>

<<我的雷诺岁月>>

内容概要

最能代表近二十年来法国所经历的巨大变化的事件，当属雷诺汽车公司的嬗变。它是如何从当年最典型的法国公立企业，比扬古的“工人阶级堡垒”，演变成为今日全球化的雷诺公司的？

路易·施伟泽于1986年进入雷诺公司，于1992至2005年间担任总裁。在这本书中，他以圈内人的角度阐述他所领导的嬗变：指导企业发展，逐步走向国际化，并推出一系列大的举措，比如：和日产汽车公司结盟，推出经济型的罗根牌汽车，等等。

在本书中，他还就汽车这种特殊的消费品阐述了他的个人观点，在当今城市交通拥挤、环境污染以及道路安全等越来越复杂的情况下，“汽车社会”的前途会是怎样？

这是置身于市场经济前沿的领导者非凡的切身感受。也是一位驾驭市场大潮的强者的战略性观点。

<<我的雷诺岁月>>

作者简介

作者：(法国)施伟泽 译者：杨文千

<<我的雷诺岁月>>

书籍目录

第1部分 从比扬古到跨国公司第1章 从国有化到私有化第2章 质量取胜，征服欧洲 第3章 国际化第4章 和日产结盟与管理全球化第2部分 话说汽车 第6章 汽车的设计和营销第7章 汽车工业的未来第8章 笑对世界市场附录 离任致辞

<<我的雷诺岁月>>

章节摘录

我的另一个设想，是认为雷诺要想走向世界，也必须克服这样的思想障碍，这种思想总认为雷诺不像梅塞德斯那样享有盛誉，推出高端产品才可以达到这个目的。

尽管我的这两点想法十分强烈，但在那时我对廉价汽车也只是有朦胧的考虑。

就在那时，1997年秋天，共和国总统正式访问俄罗斯，我以雷诺总裁的身份随行。

我一直强烈希望雷诺也在俄罗斯设厂，但不知道从何处着手。

这个国家很像美国，国土组织形式相似，对个人成功的看法也类同，对俄国人来说，美国就是榜样。

我在那里参观了一个拉达牌（Lada）汽车销售点，车行酷似巨大的顶棚式仓库。

这拉达车只不过是上世纪60年代中期菲亚特汽车的翻版。

那是三厢车，一个发动机，一个乘坐舱，后部还有货箱。

从经济方面考虑，这种车型倒也合理。

就是这种破车，操作性能不好，技术上又落后了30多年，平均售价却仍然达6000美元，这个价位，俄国人得勒紧腰带节约才能买得起，但是这车居然还卖得挺红火。

从俄罗斯回国之后，我的想法就是我们应该推出售价像拉达一样的汽车，但却是质量可靠、技术先进的汽车。

因此，制造价格合适——虽不全拥有汽车通常都借以迷人的那些特色——的汽车，便形成了计划。

凭借技术进步我们应该能造出好汽车，而费用仍像他们30年前老玩意儿的价格那样。

我还要指出，如果雷诺推出像克里欧（Clio）或者丽人行（Twingo）那样款式的小车而售价为8000欧元左右，那任何俄罗斯中层干部也不会买。

俄国级别高的领导人或类似的富裕者买得起，但是新兴的中产阶级，他们的收入只相当于西欧同等社会阶层人员的1/2或1/3，就只能望车兴叹了。

要想争取这部分人数庞大的消费群体，就必须推出廉价车。

而只有靠设计费用不高，又是在劳动力便宜的国度制造的车，才能达到这个目标。

访俄归来之后，我就向雷诺的干部宣布，我们要制造先进可靠而售价只有6000美元的汽车。

真是一石激起千层浪。

我感到无人对我的提议感兴趣，因为它与持续进步、“永远更多”的路线背道而驰。

并且，公司负责核算的经济师们毫不费力就得出结论，实行这样的计划，根本不可能赚钱。

我当时的处境，可谓确信自己有了好主意，却总是难以服众。

打那时起，我只好在公司内花大力气——说服，有时也得使点计谋。

那您是如何在雷诺“力排众议”来实现这项计划的？

第一步是收购达契亚。

这是一家罗马尼亚企业，它从1960年起就按雷诺公司许可证生产雷诺12型汽车。

达契亚有员工3万人，年产汽车10万辆，而一座雷诺工厂员工5千人，年产汽车可达30万辆，生产率不可同日而语。

达契亚工厂的工作条件和安全措施也令人震惊。

这个国家市场尚未对外开放，汽车年需要量近10万辆，因此市场不容小觑。

并且那里劳动力便宜，只合每小时1欧元左右，而在西欧每小时平均需要20欧元。

我准备收购达契亚——这牌子当时不值几个钱，就是想在那里生产售价为6000美元的汽车，因为我们无法以雷诺的牌子生产这样的汽车。

如果我们要按雷诺牌子卖车，那这辆车就必须具有雷诺的各种特点。

而在那里组织生产，我们就可以摆脱这种制约。

例如，人们认为一辆雷诺车必须具有五星级的安全标准，应该在高速公路上时速达130或150公里，而行驶噪声不大，如此等等。

而在那里，就可以抛开这些。

我们只需对外宣传说我们的汽车设计先进，性能可靠，也就是说不会出毛病，售价不会超过6000美元。

<<我的雷诺岁月>>

当时又逢美元对欧元升值，这款车的价格限制就成为易于达到的目标了。

我坚持认为车的售价应该处于可控范围内。

我相信为了鼓励员工朝此方向努力，必须给他们确定目标，迫使他们转变观念，令他们不能只满足于眼前的小小进步，但也不能是不可企及的目标。

一个人如果跳高只能跨过一米，你要求他一下子跳过两米的高度，那他可能不跳，而是从横杆底下钻过去了。

因此，应该把握可以实现的程度。

于是我决定把价格目标从6000美元改定为5000欧元。

尽管我们在公司内部多次开会研讨，该项目却迟迟未能上马，工程师们一再申辩说这不可能实现。

于是我采取了通常不会采取的做法，公开宣布说我们有意推出一款售价5000欧元的新车，但尚无把握保证能达到目标。

我是以这种方式督促公司迎接挑战，因为雷诺是乐于面对挑战的公司。

之后，我任命让-马利·于提热为项目经理，他做事认真勤奋，技术上也过硬。

我要求他按我为这款汽车定下的3个标准行事，即先进性、可靠性以及售价为5000欧元，其他方面一切都好处理。

<<我的雷诺岁月>>

编辑推荐

《我的雷诺岁月》由青岛出版社出版。
这是法国雷诺汽车前总裁路易·施伟泽以访谈体的形式阐述有关雷诺汽车发展、变革以及行业合作、并购、重组的一本书。

<<我的雷诺岁月>>

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>