

<<展翅之箭>>

图书基本信息

书名：<<展翅之箭>>

13位ISBN编号：9787313069832

10位ISBN编号：7313069839

出版时间：2011-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：[捷克]彼得·科日塞克,[捷克]扬·克拉利克

字数：245000

译者：姚晨辉,徐雯菲,寇建堂

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>

<<展翅之箭>>

内容概要

斯柯达是历史最悠久的四大汽车品牌之一，它的发端可以追溯到一个世纪之前的波西米亚。那时的世界格局与现在大相径庭。

《展翅之箭(从L & K到斯柯达)》真实还原了斯柯达汽车的传奇岁月，以及当时的特定文化、政治、经济环境，介绍了斯柯达从创建到辉煌的百年历史，向读者展现了这个著名汽车品牌的魅力。

<<展翅之箭>>

作者简介

彼得·科日塞克，捷克国家技术博物馆交通馆馆长。

扬·克拉利克，自由作家、记者，曾任捷克国家技术博物馆自行车馆馆长。

<<展翅之箭>>

书籍目录

第一章从姆拉达-博莱斯拉夫起步第二章行驶在正确的道路上第三章制造业帝国第四章二战岁月第五章
追寻未来第六章崭新的时代斯柯达的中国路上海大众汽车斯柯达品牌大事记

<<展翅之箭>>

章节摘录

没什么比得上一个好位置 在做了充足的准备后，1895年9月30日，这两位合伙人向姆拉达一博莱斯拉夫市镇议会递交了一份申请，希望获准在斯达科斯卡大街（Stakorskfi Street）上建一家机械工厂。

当议会以这个地方缺乏排污系统的理由拒绝了他们的申请后，他们又花了两个月的时间，在位于该市边缘的班纳斯卡大街（Benatska Street）第49号找到了合适的建厂场所。

他们还能奢望什么呢？

这？

只要一个月20盾的租金。

他们把一楼改建成机械车间，把院子作为仓库。

1895年12月初，两名工人、一名学徒，当然，还有两位工厂主，一起在120平方米的土地上正式开工。

1896年伊始，他们又雇了6名工人，这使得他们日后建立一个动力车间有了可能。

在历经因焦虑一笔大支出而导致的数个不眠之夜后，两位合伙人决定购买一台2马力的蒸汽机，来驱动钻机、车床和磨床。

尽管也做旧自行车的修理和改装，但从一开始他们的主要业务就是生产新自行车。

很快他们就为自己的产品起好了名字：斯拉维亚（Slavia）。

接着，他们点燃炉火，开始了企业的冒险之旅。

新公司是劳林唯一的收入来源。

克莱门特把书店交给了他的妻子打理。

显然，她很有商业头脑，并且由于他们一直没要孩子，所以她能全心投入工作。

她不仅经营书籍、唱片和其他工艺品，而且，她还负责销售产自“姆拉达一博莱斯拉夫L&K工厂”的自行车。

自行车在当时是一种复杂的机械，它由许多零部件组成，需要精确的组装流程。

不用说，方圆数千米内是没有这些零部件卖的，这意味着L&K公司不得不从国外供应商购买几乎所有的组件。

所以，事实上他们的工厂不过是组装自行车的地方。

工厂就这样装备起来了，他们购进零部件，制定车价，印刷产品目录。

只有一个细节被他们忽略了——顾客。

顾客并没有蜂拥而至。

上了年纪的人出于保守而止步观望，年轻点儿的人缺钱。

当时的姆拉达一博莱斯拉夫是个地方小镇，在这里，除了经营小商铺之外，人们的工作机会只能在纺织厂、小炼糖厂、酿酒厂或磨坊找到。

没人能靠这样的工作发财致富。

如果这两位企业家想求得生存，那么就必须发挥他们的聪明才智，尤其是在公司的起步阶段，形势十分微妙的情况下。

在那些没有足够的资金给工人发工资的日子里，克莱门特会向朋友借钱应急。

一个偶然的机，他把几辆自行车带到了一家当铺，在那里，他至少把制造自行车的木料钱换了回来。

就这样，这家“姆拉达一博莱斯拉夫第一典当行”成了该公司第一个代理经销商。

顾客会先到公司为他们中意的车付一笔定金，然后克莱门特会交给他们由典当行出具的票单，接着，客人自己去典当行将他们的自行车“解抵押”。

当然，有些客户为此失去了购买的兴趣。

想想看，用辛苦挣来的钱去当铺买一辆自行车，多么不可思议！

也许这是促使克莱门特采取另一种商业行动的动因，即所谓的分期付款购买。

1896年10月1日起，任何按月付款的客户都能够在1897年的2月或5月获得他们自己选购的自行车，提货时间由车型和付款比例决定，但付款总额不变。

<<展翅之箭>>

任何人都可以在付款过程中反悔，不用缴纳罚金即可获得全额退款。

克莱门特撰写并出版于1896年的《致骑行者及想成为骑行者之人的手册》也发挥了其效用。如果我们不考虑各式各样的？

刊和年鉴，那么克莱门特的这本手册就是捷克第一本关于自行车骑行的书籍，虽然它的内容简洁，书也很薄。

这书起作用了么？

也许有那么一点儿吧。

重要的是别懈怠。

针对饱含爱国热情的捷克人，该公司打出了一句如雷贯耳的宣传语：“那些如今仍在花钱向国外购买本可以在国内购买到商品的人，是在犯罪，是在损害国家的经济利益”。

相反，他们当然应该把钱交给提供斯拉维亚的L&K公司。

“（斯拉维亚）是我们捷克自行车工厂最经得起考验的产品，其品质能与国外最知名自行车公司的产品相抗衡。

这绝不是？

告的虚张声势，因为它真正具有顶尖的品质”。

当然，除了客户，劳林和克莱门特还有其他需要操心的事。

他俩都是捷克自行车俱乐部伊泽拉河湾分会的活跃分子——毕竟，哪有比这里更好的地方能找到自行车买家呢？

但劳林有自己的难处：他不善社交，无论是体育圈、商界还是别的圈子。

他的确加入了俱乐部，但当会员们在1897年选举他为主席时，他拒绝了——这无疑让克莱门特很不高兴。

在外，克莱门特竭尽所能的招揽生意；在内，劳林也同样努力地工作着。

这两位合伙人把全部的收益再次投入了公司，尽管时常遭遇资金困难，大多数时候克莱门特只能在发薪日凑到支付工人部分工资的钱。

对克莱门特来说，骑车在镇上兜着圈子向顾客“讨债”，也是项不错的体育锻炼。

1896年12月，公司正式注册。

种种迹象表明，它已为扩大生产做好了准备。

这一年L&K公司有12名员工，一年后增加到21名。

原来的工厂已经不够用了，于是，在1897年4月，L&K公司迁往位于乌德库（U Vodku）的新镇大街（New Town）23~24号的新址；当年7月，地区委员签发了同意他们在此处生产自行车的许可证。

劳林和克莱门特设定了高目标，但资金缺乏以及没能成功获得银行贷款将他们打回了现实。

在向捷克的银行贷款失败后，他们决定去德国的国家银行（Landerbank）碰碰运气。

当时的德国有几十家自行车生产商、几百家俱乐部、数以万计的骑车人。

换句话说，这种情形，即便是最乐观的捷克人，也只能在梦里想想。

德国的银行彻底审查了一遍L&K公司的生产计划，并最终批准了他们的贷款，条件是银行派一位代表进驻他们公司，监管存货和销售。

劳林和克莱门特同意了。

现在他们有了所需的资？

，并把它用在了他们认为最值得投资的地方：土地，以及克莱门特的旅行支出。

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>