

<<麻辣中国车市>>

图书基本信息

书名：<<麻辣中国车市>>

13位ISBN编号：9787111307242

10位ISBN编号：7111307240

出版时间：2010-7

出版时间：机械工业

作者：杨钧

页数：230

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>

<<麻辣中国车市>>

前言

汽车是现代工业文明的产物，从19世纪80年代德国人卡尔·本茨和戈特里普·戴姆勒发明汽车之后，人类就开始步入一个历史的新纪元。

20世纪初亨利·福特就曾预言：“书籍、机器、贸易、科学和汽车，创造范畴的一切新事物都是一切新思维和活动方式的开始——这是一个新的世界、新的王国和新的人类。

”汽车不仅成为人类代步的最有效方式，而且也成为改变世界的机器。

汽车工业经过百余年的长足发展，目前全球的汽车年产量已经接近7000万辆，汽车已经成为一个国家科学技术发达、国民走向富足的标志。

从1901年美国生产的两辆奥兹莫比尔牌汽车正式进入中国算起，中国与世界汽车文明的接触也有上百年的历史。

然而，在相当长的时期内，汽车只供达官显贵们享用，拥有汽车对于普通百姓来说来是一个遥不可及的梦想。

新中国成立以后，特别是改革开放的30多年来，中国的汽车工业进入飞速发展的新阶段。

1979年，全国的汽车产量仅有20万辆，到1992年，全国汽车产量首次突破100万辆，2009年，中国的汽车产销量已突破1000万辆，创纪录地达到了1300万辆。

从100万辆到1000万辆，美国用了50多年，中国只用了20多年。

2009年中国已经超过美国成为全球第一大汽车消费国，数以千万计的家庭拥有了，自己的汽车。

中国老百姓用“高速超车”的方式，进入了一个崭新的汽车时代。

汽车时代是一个全新的时代。

给生活装上轮子，给人生一个飞奔的起点，我们每个人的生活就因为拥有一辆汽车而发生了质的改变。

我们不再过分介意居住的远近，不用整天疲惫不堪地去挤公交车与地铁，也不再为冬雪或夏雨而败坏我们的心情。

周末，我们开车到郊外踏青赏景；假期，我们驾着车畅游祖国的名山大川。

拥有汽车，你就拥有了一种全新的生活方式，同时，也会对幸福与自由有了新的感受与理解。

当然，有了汽车，我们会饱受交通堵塞、空气污染和自然资源日渐短缺之苦，人、车与环境的和谐越来越成为一个日益紧迫的课题，还有油价的上涨也让我们对汽车心生忧虑。

但是，人类就是在这种创造麻烦与解决麻烦的过程中不断进步的。

新能源汽车的涌现，节能技术的进步，都让我们看到了汽车行业新的曙光。

<<麻辣中国车市>>

内容概要

作为国内资深汽车媒体人，作者杨钧博士亲眼目睹和见证了21世纪中国汽车在汇入全球化浪潮的过程中波澜壮阔而又充满艰辛的历史瞬间。

从天一合作、上南合作到东风日产合作、北汽奔驰携手，从奇瑞、华晨、长城汽车艰难崛起，到大发、菲亚特在中国败走麦城……作者都用自己理性而充满激情的笔触，为我们做了生动的记录。

本书无意对大众、奔驰、丰田、通用等国际汽车巨头在中国的发展战略作全景描述，而是善于抓住一些关键性的事件与历史节点或者标志性的人物，用独特的眼光发掘其中有趣的细节并揭示背后的真相。

对于处于跨国巨头的合围之中艰难起步的自主品牌，如奇瑞、吉利、华晨等，作者则剖析了它们不同的发展路径。

透过本书，作者为我们打捞的不仅仅是一些日渐模糊的历史记忆，而且还有对中国汽车业的一种情愫，一种忧虑，一种深藏的梦想。

<<麻辣中国车市>>

作者简介

杨钧，毕业于中国人民大学中文系。

文学博士。

在北京晨报、北京青年报工作期间。

主要从事汽车行业的新闻报道，曾采访过大众、通用、福特、奥迪、丰田、本田、奔驰、宝马等国内外数十家汽车企业的董事长、总经理等汽车界重要人物，曾赴美国、德国、法国、日本、意大利、瑞士、伊朗等国采访。

发表新闻、评论等作品数十万字。

并担任新浪网汽车频道特约评论员。

<<麻辣中国车市>>

书籍目录

前言——见证汽车时代 第一篇 汽车巨头的中国战略审视 一、大众 二、奔驰 三、宝马 四、丰田 五、本田 六、日产 七、铃木 八、通用 九、福特 十、克莱斯勒 十一、菲亚特 十二、现代 十三、伊朗 第二篇 自主品牌的艰难勃兴之路 十四、一汽 十五、上汽 十六、奇瑞 十七、吉利 十八、长城 十九、比亚迪 二十、华晨 二十一、长安 二十二、自主品牌 第三篇 中国车市麻辣评论 二十三、营销 二十四、政策 二十五、车市 二十六、事件 二十七、车企 二十八、自主 二十九、国际 三十、其他 后记

<<麻辣中国车市>>

章节摘录

华晨宝马建第二工厂 2007年6月, 华晨宝马第二工厂将在沈阳大东区开始筹建, 备受业界关注的宝马二期工厂项目终于浮出水面。

宝马在华大规模扩大产能对德国的另外两大品牌奔驰和奥迪构成了直接威胁, 三巨头的角力有愈演愈烈之势。

宝马急欲在华扩大产能 2007年在奥迪举办的一次高尔夫球赛上, 笔者看到了一汽大众奥迪销售事业部总经理安世豪挥杆击球的潇洒身影, 但不知他在听到宝马在中国将建第二工厂的消息是否会有些不安。

据《财经时报》报道, 2007年6月初, 宝马公司与沈阳市政府在德国达成意向, 由沈阳市大东区为宝马提供建设新工厂所需要的土地, 宝马目前正在抓紧研究相关问题。

沈阳市大东区政府已将宝马扩产的计划列入其汽车产业园的发展规划中, 并与一些为宝马汽车提供零部件的企业签订了落户协议。

至此, 在业界纷传已久的宝马在华第二工厂的消息终于有了实质性进展。

虽然华晨宝马方面对此消息不予置评, 此前也曾公开否认, 但业界普遍认为, 宝马在中国建第二工厂是顺理成章的事。

自从2005年宝马5系狂降10万元之后, 宝马在中国的发展就驶入了快车道。

2006年, 宝马在中国的销量达到了36357辆, 增长幅度高达50%, 远远高于行业平均增长水平。

除去宝马7系和MINI品牌的销量, 国产宝马3系和5系的销量近3万辆, 已逼近华晨宝马产能3万辆的极限。

为了缓解供货压力, 华晨宝马通过优化生产线, 实行三班制生产, 将产能提高到4.1万辆, 但仍无法满足国内市场的强劲需求。

2007年一季度, 宝马集团在中国内地继续保持强劲增长, 季度销量首次突破1万辆, 比2006年同期增长34%, 其中国产的宝马3系和5系轿车的销量同比增长43%, 达6674辆。

宝马在中国市场的成功增强了宝马集团在中国增资的信心。

自2006年开始, 宝马董事长庞克博士就曾多次秘访中国, 与合作伙伴华晨集团及中国政府有关部门商议宝马在中国扩大产能的问题。

除了加大产能外, 宝马还计划大幅提高整车零部件的国产化率。

华晨宝马前任CEO施润博曾对媒体透露, 国产宝马在华的采购额将由2005年的8.7亿元人民币提升至2007年的30亿元人民币, 零部件的供应商也将由过去的40多家增加到2007年的80多家。

<<麻辣中国车市>>

媒体关注与评论

这是一位资深汽车媒体人对汽车世界的独到见解。匠心独运，文笔辛辣，给我们展现出一幅开阔的泼墨画卷。从风格上看，作者更像一位厨艺高手。给我们烹制了一桌丰盛的中国菜，麻辣鲜香，这对汽车从业者和即将进入轮子生活的读者来说，是诱惑，更是享受。

——比亚迪汽车销售有限公司总经理夏治冰 主人的佳肴盛情上桌了。我们还客气什么？赶紧动手吧！

今天的汽车媒体圈如同中国车市一样浮躁；杨钧却是我见到的甘于寂寞。沉得下去的一位另类；是快速崛起、千变万化的中国汽车业的一位透彻的观察者、评论者。我读杨钧的汽车评论，往往有搔到痒处的阅读愉悦。或是从独辟蹊径的个性见解中获得感悟。这样的文字才经得起时间的打磨。

最后沉淀为汽车的鲜活历史——正如同这本书呈现给读者的那样。

——新华社高级记者、著名汽车评论家李安定 杨钧博士对汽车时代的热情描述和冷峻思考，让我们得以领略学术与传媒的结缘。

——中国人民大学副校长、博士生导师杨慧林教授 杨钧是国内汽车行业非常优秀的记者，他笔触细腻，观察敏锐，如果要了解汽车行业且不满足于一知半解。就需要像杨钧一样具有庖丁解牛的精神与技巧。

——上海通用汽车公关事物及传播总监李征卉

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>