第一图书网, tushu007.com

<<汽车业的黄金十年>>

图书基本信息

书名：<<汽车业的黄金十年>>

13位ISBN编号：9787203071983

10位ISBN编号：7203071987

出版时间：2011-4

出版时间：山西人民出版社发行部

作者：博斯公司

页数：258

字数：180000

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

内容概要

本书结合了中国汽车业的发展趋势。
提出了汽车行业的发展战略，对汽车品牌的提升、车型的选择、国内知名汽车企业的发展方向进行了阐释。
此外，作者们对汽车行业发展史上各种失败企业的经验教训进行了总结；最后，还对中国汽车行业的海外发展战略和新能源汽车的发展策略提供了意见。

作者简介

艾黎曼(Matt Ericksen)：博斯公司合伙人
艾黎曼先生是博斯公司北美工业品业务的负责人，拥有20多年咨询行业经验，专注于工业及B28业务，在组织和成本优化方面具有丰富经验。
常驻芝加哥。

第一图书网, tushu007.com

<<汽车业的黄金十年>>

书籍目录

序言　把握汽车业的黄金十年
第一章　章行业趋势
引领中国汽车行业的新趋势
2025年全球的十大发展趋势及其对汽车行业的影响
革新全球汽车行业的中国汽车行业八大趋势
中国汽车产业：结构调整蓄势待发
中国的下一轮革命：改变全球汽车产业
中国汽车整车制造商的新时代——扩展海外市场的机遇与挑战
中国汽车2015年大趋势
加速增长引擎——如日中天的印度汽车业
中国车市，成为老大之后
汽车业的黄金时代尚未来临
五条中国汽车的“未来之路”
第二章 发展战略
提升汽车品牌
可持续的二手车经销商模式新探索
非内生式成长
沃尔沃的出路：速赢，变革与开拓
中国迎来电动汽车市场的最佳时代
发展电动车需要集中资源
北汽：难度极大的命题作文
以现代汽车为镜，探索发展核心技术能力的成功之路
中国车企应如何把握并购机会
中国新能源汽车的开发依然任重道远
中国SUV厂商的挑战
第三章　企业反思
给新长安支招
丰田回归路
通用为什么倒下了
我们还能向丰田学什么
中国本土汽车企业距离世界一流有多远?
第四章　走出去、全球化
中国汽车行业的全球化之路
无机式全球化：吉利与沃尔沃的跨国之恋
向日本和韩国车企学习如何进军海外
中国重塑全球汽车行业模式

章节摘录

第一章　章行业趋势　　引领中国汽车行业的新趋势　　城市经济发展带来可持续需求　　如前所述，2010年初至今，中国汽车销售额已经比2009年同期增长了36%，且预计全年销售总量将超过1700万辆。
这是一个非常良好的业绩，但同时也明显发现，从4月份开始，增长速度开始降低。
这表明汽车销售的增长方式从2009年的爆炸性增长转变为2010年的可持续增长。
这一转变得益于中国经济政策的调整，如紧缩信贷和政府投资抑制通货膨胀。
此外，2009年经济危机期间政府提供的税收补贴和销售刺激在今年有所削减，而中国汽车购买者对价格十分敏感，因此政府这一举动对消费者影响巨大。
尽管如此，中国仍然是世界上最大、需求量剧增的市场。
至少在未来3年内，中国仍将保持两位数的增长势头。
需求增长的一个关键因素是迅速发展的中小城市。
需要注意的是，在可预见的将来，城市化趋势和人均GDP增长仍将继续发展。
而这些因素与汽车需求量紧密联系，因此可以预计，中国明年的汽车需求量会持续增加。
城市财富聚集无疑是推动汽车销售增长的源泉，?85%的车辆购买者都是城市居民又验证了这一观点。
农村人口向城市迁移，这是不可改变的趋势。
预计截至2020年，中国将有近2／3的人口居住在城市。
这意味着在10年时间内，城市人口将暴增2亿人。
相当于中国每个月都新增加一个人口为150万-200万人的城市!这样看来，中国一直在不间断地进行建设就不难理解了。
消费者日趋理性。
消费偏好也发生变化　　随着收入的增长，消费者对车辆和市场的需求也在转变，他们期待更吸引人的内容和特征。
这一转变也为促进生产者改进产品结构提供了契机。
最早进入中国市场的大众汽车和通用汽车通过抢占中型轿车、全尺寸轿车和MPV市场赚了个盆满钵满，而且当时的竞争并不激烈。
在那样的市场环境中，大众汽车的桑塔纳和别克GL8这类产品收益颇丰——这是旧技术各自占有市场获得丰厚利润的时代。
然而，如今的中国不会再有这么容易就获利的市场了。
几乎所有的国际汽车品牌都驻扎在中国市场。
最近的麦格劳一希尔集团研究报告表明，2009年所售出的很多汽车都是面向低端市场的，享有税收减免政策。
因此许多车辆的利润仅仅为每辆100美元。
进入2010年，中国的消费者都希望自己购买的第一辆汽车拥有别出心裁的设计。
特别是女性或30岁以下的购买者，追求一种休闲的生活方式并且寻找更个性化的选择。
对于他们来说，拥有别致设计感的小轿车和跨界概念车最符合他们的要求。
为了迎合新兴中国消费者对时尚和美观的喜好，跨国集团和中国本土的汽车生产商都转变重心，开始着手推出更有活力和时髦的产品。
……

编辑推荐

中国汽车业：向左走，向右走？
新能源汽车会是下一个行业领头羊么？
自主品牌与合资品牌在细分市场会互相侵蚀么？
是什么推动汽车行业的竞争和产品的结构性变化？
全球领先咨询公司的金玉良言数十年汽车行业的精研经验

第一图书网, tushu007.com

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