

<<中国汽车制造业企业发展战略>>

图书基本信息

书名：<<中国汽车制造业企业发展战略>>

13位ISBN编号：9787509601723

10位ISBN编号：750960172X

出版时间：2008-2

出版时间：经济管理出版社

作者：刘力钢,等

页数：277

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>

## <<中国汽车制造业企业发展战略>>

### 内容概要

本书是在国际、国内汽车产业发展的路径、现状和未来发展趋势的基础上，对汽车产业的主要特征、面临的全球化的挑战以及该产业中目前激烈的市场竞争的态势进行了全面系统的研究。通过对国内外汽车制造业企业发展的一般性的规律、发展中遇到的障碍和企业发展战略模式的选择等问题的研究，结合辽宁省汽车产业发展的战略问题提出了对策性的建议。

## <<中国汽车制造业企业发展战略>>

### 作者简介

刘力钢，1955年7月生。

辽宁大学国际商学院院长、教授、博士生导师，博士后合作导师，兼任中国工业经济研究与开发促进会副理事长。

担任多家国际、国内咨询公司和企业顾问。

主要研究领域：公司可持续发展战略、公司成长与竞争优势、公司咨询与策划等。

主要代表作：《资源型城市可持续发展战略》(2006年)；《竞争战略优势》(2004年)；《企业持续发展论》(2001年)；《走向成功——企业诊断与策划》(2004年修订版)等。

## 书籍目录

第一章 汽车产业发展战略理论基础 第一节 一个理论模型的提出 一、理论模型构成的要素 二、理论模型的综合分析 第二节 竞争优势根源 一、静态竞争优势 二、动态竞争优势及演进 第三节 发展路径选择理论 一、小规模技术发展理论 二、局部技术变动发展理论 三、技术创新产业升级发展理论 四、区域价值链发展理论 五、全球价值链发展理论 第四节 竞争范式选择理论 一、产业竞争优势理论 二、国家竞争优势理论 三、企业集群理论第二章 汽车产业发展特征分析 第一节 国际汽车产业的发展历程 一、国际汽车产业发展中心的四次转移 二、国际汽车产业的三次技术变革 三、国际汽车产业的五大市场 第二节 汽车产业的技术特征 一、汽车产业的生产技术特征 二、汽车产业的生产流程技术特征 第三节 汽车产业的资本特征 一、初始资本投入巨大 二、进入壁垒高 三、汽车产业显著的规模经济特征 第四节 汽车产业的市场结构特征 一、产业市场结构的分类研究 二、汽车产业的市场结构特征 第五节 汽车产业的价值链特征 一、汽车产业的生产流程 二、汽车产业价值链的构成 第六节 汽车产业的关联性特征 一、汽车产业的关联方式 二、汽车产业的关联性分析第三章 汽车产业面临的挑战 第一节 汽车产业国际化 一、全球兼并和集团化趋势 二、市场竞争国际化挑战 第二节 能源短缺性障碍突出 一、能源供给能力滞后于汽车产业的发展 二、替代能源的代替率增长缓慢 第三节 环境保护规制日趋完善 一、汽车对环境的污染影响 二、国际市场发展要求不断提高 第四节 技术水平落后制约着中国汽车产业的发展 一、汽车需求变化的主要特征 二、世界汽车技术发展 三、中国汽车产业技术存在的问题及挑战第四章 国际主要国家汽车产业发展模式的比较 第一节 汽车产业发展模式的特点及其影响因素 一、汽车产业发展模式的特点 二、汽车产业主要发展模式选择的影响因素 第二节 国际主要发达国家汽车产业发展模式 一、美国汽车产业发展模式 二、日韩汽车产业发展模式 三、巴西汽车产业发展模式 四、德国汽车产业发展模式 第三节 主要国家汽车产业发展模式比较的启示 一、产业发展环境不同 二、政府作用不同 三、产业发展目标不同 四、产业发展路径不同第五章 中国汽车产业发展及环境分析 第一节 中国汽车产业发展轨迹 一、创建阶段 二、成长阶段 三、全面发展阶段 四、轿车制造高速增长阶段 第二节 中国汽车产业竞争环境分析 一、宏观环境分析 二、相关产业发展环境分析 第三节 中国汽车制造业结构性分析 一、规模结构 二、产品结构分析 三、生产竞争力分析 四、品牌结构分析第六章 中国汽车市场需求预测分析 第一节 汽车市场需求发展特征 一、汽车市场需求的梯度性发展 二、汽车市场需求的拉动式增长 第二节 中国轿车消费市场的发展及其影响因素 一、中国轿车消费市场的现状及趋势 二、中国轿车消费需求的影响因素 第三节 中国汽车市场需求预测 一、汽车需求潜力预测综述 二、国内私人汽车需求量的中长期回归预测 三、轿车需求量的短期指数平滑预测 四、轿车需求量的国际类比法预测 第四节 中国汽车市场需求预测的合理性检验 一、人均国民收入水平的增长 二、汽车价格的变动 三、相关制约条件的变化第七章 中国汽车产业发展的障碍性分析 第一节 汽车产业发展的制度性障碍分析 一、行政性准人规制限制 二、消费政策非合理性 三、相关政策的不一致 四、地方保护主义制约 第二节 汽车产业发展的资源性障碍分析 一、汽车产业发展的能源约束 二、汽车产业发展的交通设施及安全约束 三、汽车产业发展的生态环境约束 第三节 汽车产业发展的结构性障碍分析 一、汽车产业的结构失调 二、汽车产业集中度较低 三、汽车产业市场行为与市场绩效不对称 四、整车与零部件发展不平衡 第四节 汽车消费的市场性障碍分析 一、汽车消费市场管理制度缺失 二、消费条件与消费环境的制约 第五节 汽车制造企业自身发展的内部性障碍分析 一、规模经济水平较低 二、产品创新能力不足 三、基础性技术研发能力薄弱 四、企业经营管理手段落后 五、营销能力滞后 第六节 轿车进入家庭的消费观念障碍分析 一、城市交通发展政策的动态性 二、消费文化偏好性 三、消费方式的习惯性 四、未来收入预期的不确定性第八章 中国汽车制造业的企业发展战略选择 第一节 汽车制造企业战略模式选择的影响因素 一、经济规模与产业集中度 二、生产组织模式与管理水平 三、中国汽车产业结构性调整 四、中国汽车产业的竞争能力 第二节 汽车制造企业战略模式的选择 一、企业联盟战略 二、产业集群战略 三、品牌战略 四、兼并重组战略 五、技术创新战略第九章 中国汽车制造业企业发展战略实施的保障体系 第一节 制定国家相关政策保障体系 一、明确汽车产业发展的战略性政策 二、完善汽车产业发展的公共管理政策 三、加强汽车产业支持政策 第二节 建立国家技术创新保障体系 一、建立汽

## <<中国汽车制造业企业发展战略>>

车工业国家创新体系的意义 二、建立汽车工业国家创新体系的目标 三、建立汽车产业的国家创新体系的构想和建议 第三节 完善汽车市场竞争规制的保障体系 一、打破行政垄断和地方保护 二、克服政府对市场的过分干预 三、支持企业成为市场的主体 四、充分发挥行业协会的作用 五、优化配置汽车产业资源 六、配套相应的法律和法规第十章 辽宁省汽车制造业企业发展战略实证研究 第一节 辽宁省汽车产业发展的历史及现状 一、辽宁汽车产业的发展轨迹 二、辽宁汽车产业发展的现状与问题 第二节 辽宁汽车制造企业的发展障碍性分析 一、制度层面：所有权制约 二、区域层面：供应商网络与技术供给 三、管理层面：人才与效率 四、政策层面：政府与政策取向 第三节 辽宁汽车制造企业发展的战略选择 一、辽宁汽车企业发展的主导战略 二、辽宁汽车制造企业发展的主要战略与对策参考文献

## 章节摘录

第一章 汽车产业发展战略理论基础 第二节 竞争优势根源 一、静态竞争优势 一、静态竞争优势 从一个国家的范畴考虑,企业能够出口产品并在国际市场上占据一定的市场份额,从根本上说来自于国家间分工与交换的思想。从古典贸易理论、新古典贸易理论到新贸易理论等不同阶段的国际贸易理论,都从静态角度对国家之间企业成长的根源给出了解释。

## (1) 比较优势理论。

亚当·斯密将劳动分工思想引入国际贸易领域,提出了绝对优势理论,核心思想是国与国之间发生贸易的根本原因在于国家间生产成本的绝对优势,这明确指出,后发国家中新兴企业成长的关键在于可能拥有先天的自然优势,或者是由资本积累或技术进步形成的获得性优势。

在此基础上,大卫·李嘉图利用劳动生产率进一步解释了国家间贸易的原因,一个国家即使在两种商品的生产上较之另一个国家均处于劣势,不过仍有可能存在着劳动生产率的差异,因此就可能进行互利贸易。

由此,某个国家中企业成长的原因,可能在于由劳动生产率产生的相对竞争优势,从而获得了企业发展的市场空间。

比较优势理论从大量实证研究结果中得到了支持,但不足的是,比较优势理论并没有给出对劳动生产率差异的解释,即企业成长根源或竞争力的来源。

## (2) 要素禀赋理论。

按照赫克歇尔和俄林提出的要素禀赋理论(H-O)模型,由于各国生产要素的丰裕程度存在着差异,各国之间的生产要素价格差和生产同类产品的成本差,就决定了国际间分工和贸易的必要性,即各国按照资源禀赋决定的比较优势参与国际分工和贸易,这个过程将使各自要素报酬的差距不断缩小,并逐步实现要素价格的趋同化。

雷布金斯基定理指出,在既定的商品和要素相对价格下,生产要素的不平衡增长将导致密集使用该要素的商品产量更大幅度地增长。

将该理论引入到一个国家的企业成长领域则可以得出结论,企业成长的可能性在于投入要素价格上的优势,即要充分利用本国所拥有的相对丰裕的生产要素,并利用这些投入要素以获得竞争优势。

## (3) 新贸易理论。

区别于绝对优势理论、比较优势理论及要素禀赋理论在内的古典贸易理论,强调国家之间的贸易并不符合完全竞争假设的新贸易理论,将国际贸易纳入到主流经济学的分析框架中。

新贸易理论认为,企业在国际市场上运用竞争策略是巩固和提高市场地位、确定竞争优势的重要手段之一,布兰德和克鲁格曼采用同质产品的倾销模型,论证了寡头企业可以利用国际和国内市场之间的价格歧视策略,最终达到获取超额利润的目的。

## <<中国汽车制造业企业发展战略>>

### 编辑推荐

《中国汽车制造业企业发展战略》是在对辽宁省汽车制造业企业的大量实际调查，以及通过对国内外汽车制造业企业的战略模式分析和文献资料的检索、整理、分析、比较的基础上形成的成果。

《中国汽车制造业企业发展战略》是在国际、国内汽车产业发展的路径、现状和未来发展趋势的基础上，对汽车产业的主要特征、面临的全球化的挑战以及该产业中目前激烈的市场竞争态势进行了全面系统的研究。

《中国汽车制造业企业发展战略》也是在全球经济一体化的进程中，技术发展更新速度加快，汽车生产和消费市场呈现出新的变化趋势的背景下，对中国汽车产业的发展问题进行的研究。

其目的就是，通过该课题的研究，为中国汽车制造业企业提供一个迅速进入国际市场竞争，并且能够在激烈的竞争中取得竞争优势的路径和战略模式选择的依据。

《中国汽车制造业企业发展战略》的形成，力求学术性、可读性、理论研究与对策研究的统一。

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>