

<<大突围>>

图书基本信息

书名：<<大突围>>

13位ISBN编号：9787564057015

10位ISBN编号：7564057017

出版时间：2012-3

出版时间：北京理工大学出版社

作者：北京汽车经济管理研究所

页数：287

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>

<<大突围>>

内容概要

《大突围：中国汽车产业海外发展战略研究》汇集了国内汽车行业知名专家的意见，比较系统地回答了中国汽车产业在海外发展过程中该往哪里走、应该如何走的问题。该书立足于国际分工原理，站在企业在全局范围内配置和使用资源的高度，坚持比较优势原则，详细分析了中国汽车产业在由大变强的进程中，海外发展的必要性、可行性，并对海外市场进行了系统研究，对海外发展过程中面临的各种问题进行了梳理，对跨国汽车企业的发展经验进行归纳，在此基础上提出了中国汽车企业海外发展所应坚持的发展战略、发展策略以及发展模式。难能可贵的是，该书在研究过程中进行了许多创新，研究方法独辟蹊径，如在价值链基础上对企业国际化的分析，对海外发展3个阶段的划分，按照势能理论对海外市场的分类，一些发展策略的提出等，这些研究成果对我们国内汽车企业践行国际化发展都有非常好的启迪与借鉴意义。

<<大突围>>

作者简介

北京汽车经济管理研究所，北京汽车经济管理研究所隶属于北京汽车集团有限公司，成立于2009年，是北汽集团重要智囊机构。研究所拥有一支高学历、实践经验丰富的专业研究团队，硕士以上学历研究员达到80%以上。北京汽车经济管理研究所主要从事战略规划、国内外政策、行业动态、市场状况、产品和区域品种特点、企业文化、企业组织架构和经营系统等研究领域研究工作。从2010年起，研究所相继承担了中国汽车协会、北汽集团的多个研究课题，课题研究成果得到了汽车业内专家的高度评价。

书籍目录

第一章 导论第一节 课题研究的目的及意义一、课题的研究背景二、课题研究的目的及意义第二节 课题研究的主要内容及主要思路一、中国汽车产业海外发展战略的内容界定二、中国汽车产业海外发展战略研究的主要内容三、课题主要研究思路四、主要理论支持第二章 中国汽车产业海外发展环境分析第一节 中国汽车产业海外发展的国际环境分析一、国际政治经济环境分析二、国际产业环境第二节 中国汽车产业海外发展的内部环境分析一、汽车产业发展现状二、中国宏观经济环境分析三、汽车市场环境分析四、产业政策环境分析五、汽车消费环境分析六、中国主要汽车企业七、中国汽车产业发展趋势本章小结第三章 中国汽车产业海外发展的战略必然性第一节 经济全球化与国际分工一、经济全球化的概念和特征二、经济全球化与跨国公司的关系三、国际分工与汽车工业的全球化四、加速提高产业核心竞争力,积极参与国际分工第二节 企业自身发展的需求一、扩大规模的需要二、获取资源,进行全球资源配置三、梯度市场有利于摊销研发费用,提高企业收益四、有效缓解国内的产能过剩第三节 中国汽车产业的海外发展是一种国家战略选择第四章 中国汽车产业国际竞争力分析第一节 基于价值链分析理论的国际竞争力研究一、价值链分析理论概述二、价值链分析理论在汽车产业中的应用与中国企业竞争力优势分析第二节 中国汽车产业出口竞争力分析一、显性比较优势指数二、国际市场占有率三、贸易竞争指数(TC)研究四、质量竞争力指数(QCI)研究本章小结第五章 汽车企业海外发展的实践与经验第一节 国际跨国汽车企业海外发展实践与经验一、主要跨国汽车企业所在国家的政府经验二、跨国汽车企业海外发展经验第二节 中国汽车企业海外发展实践一、中国汽车企业海外实践二、中国汽车产业国际化经验与问题三、中国汽车企业海外发展所面临的挑战四、中国汽车产业海外发展战略模式研究本章小结第六章 海外汽车市场研究第一节 基于势能理论的市场分类一、发达国家市场二、新兴市场三、欠发展国家市场第二节 基于市场吸引力的市场分类一、土豆市场二、河豚市场三、鸡肋市场第三节 基于经济体和贸易区的市场分类一、欧盟市场二、东盟市场三、北美自由贸易区四、南美国家共同体五、中东地区六、撒哈拉以南非洲七、澳大利亚市场本章小结第七章 中国汽车产业海外发展的战略设想与目标第一节 中国汽车产业海外发展的三个阶段一、初级阶段二、中级阶段三、高级阶段第二节 中国汽车产业海外发展的战略设想一、制定海外发展战略所考虑的因素二、中国汽车产业海外发展战略的指导思想与原则三、中国汽车产业海外发展的战略目标本章小结第八章 中国汽车企业国际化进程中的战略性思考一、坚持低成本的竞争性优势,完成从低成本向低成本创新的转变二、坚持超前的、国际化的创新思维,逐步获取可持续的竞争优势三、成功的国际化将要求对企业现存组织结构进行深刻变革,对此企业应该有充分认识四、坚持外部知识获取,内部积累组合,最后配置使用的发展战略,迎合跨国公司新的发展趋势第九章 中国汽车产业海外发展的战略措施第一节 政府、企业与协会在海外发展战略中的职能与作用一、政府的职能与作用二、企业的职能与作用三、协会的作用第二节 海外发展战略中政府的战略与政策措施一、政府主要战略二、政府实现战略的主要措施第三节 企业的海外发展战略与措施一、以价值链为基础,实现企业在全球范围内配置资源二、实现企业海外战略的主要措施第四节 中国汽车产业海外发展策略一、先低后高、梯度发展、循序渐进二、联合出海、加强协作、合力出击三、以商促乘、有进有退、集中突破四、攻其薄弱、避其锋芒、产品差异化五、统筹全球、战略布局、长远发展第五节 市场进入策略与发展模式选择一、进入欧美市场的战略选择二、进入东南亚市场的战略选择三、进入印度市场的战略选择四、进入拉美市场的战略选择五、进入西亚与非洲市场的战略选择六、进入俄罗斯及中亚市场的战略选择本章小结附录参考文献后记

章节摘录

整个20世纪70年代,德国汽车工业的产量一直徘徊在300万~400万辆,而整个20世纪80年代,德国的汽车产量则一直在400万~500万辆之间波动。

但到1980年,汽车制造业的出口额增为511.7亿马克,占17.6%,仅次于机械制造业,居第2位。

到20世纪末的1998年,德国的汽车产量达到了570万辆。

从20世纪90年代后期起,全球汽车业发生的最重要事件莫过于资产重组、联合兼并的浪潮了。这一时期德国汽车业发生的比较引人注目和产生较大反响的重组及联合兼并事件主要有:奔驰与克莱斯勒的合并;大众与宝马收购劳斯莱斯、宾利。

2.德国汽车工业经验分析 1) 支柱产业地位突出 截至2007年年底的数字,可以反映出德国汽车工业在其国民经济中的重要地位。

2007年年底,德国汽车工业为德国创造了74.4万个工作岗位,占德国工业岗位的1/7;德国国内1/4的税收来源于汽车工业;围绕着汽车开发、制造、销售和使用等环节,汽车工业实现的增加值约占德国国内生产总值的1/5;来自于汽车工业的科技创新投入,占德国所有工业科技总投入的1/3,并由此带动了德国其他领域的技术发展。

这些数字彰显出汽车工业是德国名副其实的支柱产业,它为德国创造了最多的就业、税收和技术创新成果。

2) 坚持技术领先战略 无论是奔驰、宝马,还是生产普通乘用车的大众,都始终将追求技术领先作为企业发展的战略基点。

坚持技术领先是德国汽车工业发展战略的核心。

在世界范围内,德国的汽车技术方面长期处于领先地位。

德国汽车的技术领先体现在很多方面。

一是环境保护方面。

2005年,德国人均汽车行驶公里数、公路货运量与1990年相比,分别增长了48%、138%,而这一年的汽车尾气排放总量却与1990年的水平基本相当。

二是汽车安全方面。

德国公路交通事故发生率一直保持较低水平,并逐年降低,这与德国汽车主动安全技术普及率极高有很大关系。

三是品质方面。

德国汽车工业一直把质量监控放在首要位置,其产品多年来一直在质量排行榜上占据领先地位。

四是新能源、电动汽车、混合动力等方面。

大众巴西公司较早就有大量多生物燃料汽车投放市场,生产生物燃料的机械设备也正在建设中。

宝马的氢燃料动力汽车已经过试验阶段,投产使用。

五是装备制造业方面。

德国使其与汽车产业发展同步甚至超前。

众所周知,德国汽车装备制造业,以及其他行业的装备制造业水平都是世界领先的。

重视技术研发和产品储备是德国汽车工业保持技术领先的重要原因。

.....

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>