

<<中国汽车市场年鉴2004>>

图书基本信息

书名：<<中国汽车市场年鉴2004>>

13位ISBN编号：9787801063915

10位ISBN编号：7801063910

出版时间：2005-4

出版时间：线装书局

作者：许进禄 编

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>

## <<中国汽车市场年鉴2004>>

### 内容概要

《中国汽车市场年鉴2004》的编纂宗旨是：科学、翔实地反映我国汽车行业的发展，记载汽车市场的变化，为市场服务、为政府服务、为行业服务、为企业服务。

其内容涵盖我国汽车生产、流通、消费各个方面，重点是全面、系统、准确地反映我国汽车市场的发展变化。

《中国汽车市场年鉴》创办于1995年，已连续9卷（其中1996年、1997年合刊），本卷为第九卷。

本年鉴曾连续三届蝉联全国年鉴编纂出版质量评比一等奖，2004年获“中国年鉴奖”。

二、《中国汽车市场年鉴》分设“专文”、“大事记”、“汽车生产”、“汽车流通”、“汽车进出口贸易”、“汽车消费与服务”、“统计资料”、“政策法规”和“附录”等9个部类。

本年鉴编排分部类、栏目、分目、条目4个层次。

条目是基本文献形式，除此之外的文献形式还有专文、大事记、统计表、图片资料、政策法规等。

## &lt;&lt;中国汽车市场年鉴2004&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部类 专文2003年汽车工业新进展2003年跨国汽车公司在中国中国汽车物流发展任重道远我国汽车销售模式及发展趋势我国二手车市场发展形势与展望我国城市公共交通十大发展趋势第二部类 大事记1月2月3月4月5月6月7月8月9月10月11月12月第三部类 汽车生产汽车生产综述汽车行业动向产量突破400万辆, 车型结构发生变化各地纷纷建厂, 汽车投资开始发热跨国汽车公司完成在华布局民营资本大举进军汽车业外资进入汽车销售渠道汽车消费信贷, 几起几落客车企业的联合重组概况重组形式各不相同重组各方各有所求重组将加剧行业竞争重卡企业的合资合作欧洲重卡巨头纷纷与中国重卡企业结缘重卡合资集中于2003年的原因从自主发展走向合资合作综合性生产企业集团第一汽车集团公司概况调整结构、拓宽发展空间一汽建厂50周年庆典一汽-大众汽车有限公司概况主导产品及经营方针天津一汽在体制变革中走向市场在机制转换中激活人能在管理创新中建立新秩序天津一汽夏利汽车股份有限公司天津一汽丰田汽车有限公司东风汽车公司概况竞争合作融入发展主辅分离和业务重组取得实质进展神龙汽车有限公司2002年生产经营概况2003年生产经营新发展东风悦达起亚汽车有限公司概况马不停蹄求超越东风汽车有限公司乘用车公司概况2002~2003年业绩上海汽车工业(集团)总公司概况加快推出市场新品完善产能升级、推进开发体系建设深化用户满意工程、发展现代汽车服务加快形成人才高地培育优秀企业文化上海大众汽车有限公司概况主要产品有效的营销与服务上海大众试车场上海通用汽车有限公司产销业绩延伸产业链“别克关怀”售后服务品牌上汽通用五菱汽车股份有限公司中外合作模式五菱之光下线上汽通用五菱实力奇瑞汽车有限公司概况控制成本, 志在长远推出新车型, 扩建营销网北京汽车工业控股公司三年大变样“三大板块”创下北京速度奔驰落户北汽品牌聚合、抢占市场北京吉普汽车有限公司新的转机一年一个新产品新的开发能力北京现代汽车有限公司概况索纳塔轿车及产品质量保证销售服务体系北汽福田汽车股份有限公司概况百家法人造福田资本与资产运营双管齐下紧扣优势、壮大力量软硬结合, 超越创新发展理论、成就未来广州汽车工业集团有限公司概况属下主要汽车制造企业调整改革, 整合优势, 快速发展广州汽车产业集群的特点广州本田汽车有限公司滚动发展做强做大新车推出引起关注以客户为中心, 不断提高顾客的满意度24万辆产能改造情况广州五十铃汽车有限公司概况技术优势企业营销与质量保证南京汽车集团有限公司概况下放、重组安徽江淮汽车集团有限公司概况AC产品系列JAC营销服务江铃汽车股份有限公司概况产品开发质量管理物流信息化产品营销与售后服务利用优势, 与时俱进轿车、微型车企业华晨汽车集团控股有限公司概况战略合作取得新进展中华轿车推陈出新金杯海狮客车乘胜前进增强研发实力东南(福建)汽车工业有限公司概况东南模式蓄势待发长安汽车集团有限公司概况新产品开发与结构调整“3337”战略构想哈飞汽车股份有限公司概况经营与管理新车研制及新车选介昌河汽车股份有限公司公司新发展.....

第四部类 汽车流通第五部类 汽车进出口贸易第六部类 汽车消费与服务 第八部类 政策法规

## 章节摘录

版权页：插图：2003年1月23日，有着亚太区“电池大王”称号的民营企业家，比亚迪股份公司董事局主席王传福在港宣布：以2.54亿港币（合人民币2.695亿元）的价格收购西安秦川汽车有限责任公司77%的股权。

收购后，原秦川汽车公司将占股本13%，原来的另一股东陕西电力投资公司占10%股权，由此，比亚迪正式控股秦川汽车公司，2003年5月15日更名为“比亚迪汽车有限公司”，深圳比亚迪股份有限公司董事局主席王传福先生成为秦川汽车有限公司新任董事长。

目前比亚迪汽车股份公司已有0.8升、0.9升、1.1升3种排量的车型上市，计划2004年推出1.3~2.0升排量的几款自主开发的新车型上市，参与市场竞争。

比亚迪汽车公司还将于2004年在深圳推出200辆锂离子纯电动汽车用于出租营运。

据王传福先生说，比亚迪公司已掌握了锂电池核心技术，锂电池电动汽车商业化没有问题。

2003年下半年，比亚迪汽车股份公司已在西安高新技术开发区征地1500亩，投资20亿元人民币进行新的生产基地建设，计划建成一个年产20万辆轿车的现代化生产基地。

【比亚迪为福莱尔带来新的活力】，秦川更名为比亚迪并不是简单的名称变化，更重要的是引入了比亚迪先进的品质管理体系，加大了质量监控力度。

2003年3月公司顺利通过国家“3C”质量体系认证，优化零部件配套体系，加大了质量控制力度和产品改进步伐，使福莱尔轿车质量具有了质的飞跃：先从福莱尔表面来看，过去的小缺陷已基本消失，车内色调设计更加温馨、富于人性化；内部装饰部件制造更精细、手感更舒适，部件结合严密完美。再亲身体会一下操作性和舒适性，过去的换挡费劲、滴滴答答的异响不见了。

现在的空调系统全部采用超大冷凝器，超强制冷，出风口温度低于8℃，空调制冷系统得到彻底改进。

福莱尔车小但内部空间宽敞是有口皆碑的，驾驶舱设计紧凑而不狭小，没有方向盘挤迫身体的感觉，多项操作方便自如，其宽大的后门更使后排乘员进出轻松惬意。

福莱尔装备东安462发动机，排量仅0.87升，功率却达41.5马力；装备465发动机，排量1.1升，功率达51马力。

这也是福莱尔首次排量突破1.0升。

可以说，驾驶室宽敞、安全舒适、经济节油，是福莱尔的3大优点。

正在开发的5款新车也都是本着比亚迪造车宗旨“造中国百姓买得起、用得起、养得起的轿车”。

【比亚迪家庭式服务理念】比亚迪入主秦川汽车以来，致力于优化客户服务机构，以客户为导向，建立完善的用户服务机制，营造“家庭式”服务理念，利用服务这一利器使福莱尔市场份额迅速扩展，赢得用户信赖。

目前，比亚迪汽车对用户服务体系进行了全方位的调整，确立家庭服务理念，以客户满意为准则，对客户实行规范化管理，全面落实“客户导向，服务增值”的策略，集客户投诉处理、客户管理、信息反馈和客户技术服务于一体，建立了厂家、经销商、维修站三方用户回访制度，形成了高质量的用户服务体系。

2003年6月~7月间，比亚迪汽车售后服务部在全国开展优质服务强化培训，对全国300家特约维修站分区域集中进行业务指导。

整顿打击损害用户的行为，完善配件供应体系，大幅度调低配件价格，净化福莱尔配件市场。

与此同时，比亚迪汽车公司还开通了800-840-9996全国免费客户服务热线，为客户提供咨询服务，若客户对产品质量、服务态度、维修质量提出投诉，公司承诺24小时内给予答复处理。

<<中国汽车市场年鉴2004>>

编辑推荐

《中国汽车市场年鉴2004》是由线装书局出版的。

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>