

<<电动汽车时代的企业战略革新>>

图书基本信息

书名：<<电动汽车时代的企业战略革新>>

13位ISBN编号：9787313068958

10位ISBN编号：7313068956

出版时间：2011-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：A·T·科尔尼，川原英司等著

页数：172

字数：163000

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>

<<电动汽车时代的企业战略革新>>

前言

人类社会的每一次进步和发展，都是技术创新推动的结果，汽车工业便是其中最典型的代表之一。

汽车，作为现代工业文明的集大成者和推动者，在过去的一百年里，推动了社会的进步，改变了世界的政治、经济格局，提升了人们的生活质量。

进入21世纪，汽车在带来便利生活的同时，也面临着能源、环境等挑战，带给人类社会更加深沉的思考。

我们需要选择一种更能代表可持续发展的前进方式，电动汽车就是这个时代的表征。

汽车电动化，已经成为新的趋势和潮流。

它不仅继承了传统汽车的产业精神，更让我们步入一次新的革命，寻求新的进步。

我们所熟悉的汽车生活，乃至日常生活方式、理念、文化，将会因此而改变。

燃烧的汽油、轰鸣的内燃机，或许会因为电动汽车的出现而成为历史。

时至今日，长安汽车对电动汽车产业发展有了深刻的体悟和深厚的积累。

长安汽车是中国最早对新能源，特别是电动汽车进行战略布局的企业之一。

从长安志翔混合动力汽车，到最新的纯电动长安奔奔mini，在自我革命、自主创新的道路上，长安汽车坚持调配全球资源，立志成为中国新能源汽车的引领者，世界电动汽车产业的先行者，汽车与，人类社会和谐发展的践行者。

<<电动汽车时代的企业战略革新>>

内容概要

在汽车的动力系统中，电机和电池所引领的电动化趋势日益增强。

这时，以汽车制造商为中心的产业结构将发生怎样的变化？

对围绕汽车产业的电机、电子、原材料、能源、通信等相关产业又会产生怎样的影响？

本书详细阐述了在迈向电动汽车时代的过程中，这些企业应该采取的战略要点。

本书读者对象为汽车产业及相关产业从业人员。

<<电动汽车时代的企业战略革新>>

作者简介

川原英司，东京大学经济学部毕业。
历任日产汽车、三菱综合研究所（经营开发部汽车产业研究室室长），1998年加入A.T科尔尼。
随后，从2007年至今任汽车项目组负责人。
主要客户企业为汽车、原材料。
电机电子制造商。
负责各种战略规划支援、战略性合作 / M & A支援等多种经营管理咨询项目。
著作有《信息革命和汽车流通革新》（合著，文真堂出版）等。
同时兼任东京国际汽车会议主席，日本汽车零部件工业协会演讲讲师。

科尔尼于1926年创立于美国芝加哥，是世界公认的历史最为悠久和规模最大的国际管理咨询公司之一。

目前公司在欧洲，美洲、非洲及亚太地区30多个国家的主要商业中心设有分公司或办事处，超越国家和地域的限制，通过全球网络紧密合作，提供能够灵活运用于多种行业领域以及不同地区经验的优质咨询服务。

科尔尼定位于企业高层所普遍关注的议题并就此提供管理咨询服务，以通过独特的战略洞察力及合作的工作作风协助客户创造可持续性的成果并以此闻名。

<<电动汽车时代的企业战略革新>>

书籍目录

第1章 电动汽车的发展趋势 1.1 电动汽车普及的条件 1.2 关键的锂离子电池 1.3 电动汽车独有的附加价值必不可少 1.4 汽车市场孕育的两大新潮流第2章 汽车产业的战略将如何变化 2.1 汽车产业五大流程的变化 2.2 观察其他行业从机械到电气的发展过程 2.3 影响企业生存的三大要点 访谈：东京大学产品制造经营研究中心主任藤本隆宏教授 将电动汽车作为整个系统的商业模式开发至关重要第3章 汽车零部件产业的战略将如何变化 3.1 电动汽车的普及将促进汽车零部件行业重组 3.2 行业结构变化中的三大成长战略 3.3 实现成长战略的要点 访谈：三洋电机副社长本间充 电动汽车孕育着改变产业结构的活力第4章 高科技产业的战略将如何变化 4.1 高科技产业的发展道路 4.2 三大成长领域 专题：电动汽车产业涌现出新的收费体系第5章 材料产业的战略将如何变化 5.1 以铁为基础的轻量化发展 5.2 电动汽车对材料产业产生的影响 5.3 附加价值向高性能材料转移 5.4 应对材料采购风险第6章 能源产业的战略将如何变化 6.1 解读后京都议定书的动向 6.2 电力企业推动汽车电动化发展 6.3 燃气企业寻求出路 6.4 石油企业进军新领域 6.5 三大课题和三大发展机遇第7章 通信产业的企业战略将如何变化 7.1 电动汽车社会中电力与金钱的流向变化 7.2 通信企业的商机 7.3 参与充电基础设施的风险投资企业 专题：日本手机的加拉帕戈斯群岛综合征第8章 迈向电动汽车时代 8.1 社会要求可持续发展 8.2 实现电动汽车社会的四个层次 8.3 实现电动汽车社会的关键 8.4 电动汽车社会可进一步做出贡献 专题：在全球城市中广泛采用的电动汽车普及扶持政策 专题：电动汽车普及将推动“拼车”的发展作者简介

<<电动汽车时代的企业战略革新>>

章节摘录

另一大潮流就是动力系统电动化趋势。

在经过HEV和PHEV时代后实现的电动汽车时代，传统内燃机车所使用的表示汽车性能的各种规格标准都将失去意义，消费者所关注的部分也有所变化。

数码相机的问世和家电的数码化过程也曾经历过同样的现象，竞争格局发生巨大变化，至今令人记忆犹新。

消费者的价值观发生了变化，营销手段也必须相应调整。

而商品所要求的价值也发生了变化，于是从何处获得信息的沟通渠道也要变化。

正如伴随着互联网的日益普及，文章、照片、图片、动画等都可以从网上得到，去店铺讨价还价的传统购买形式本身也可能发生变化。

在购买家电产品时上网参考口碑和最低价格信息等，已经成为普遍现象，人们越来越重视双向性、及时性以及论坛上的评价等。

此外，根据商品特性的变化，汽车制造商为消费者提供的价值也可能发生变化。

根据不同情况，作为硬件的商品本身的价值比重逐渐降低，作为包含设计元素和各种信息符号的品牌价值则有所提升。

那么超越传统的“品牌投资”的必要性也随之提升。

整合型的商业模式将有所变化 汽车的产品结构一直以来发展缓慢，没有根本性改变，但随着消费者的价值观和商业模式的变化，很可能会有所突破。

汽车的发展向着“电子化”方向转变，因此从电机、电子行业发展的方向性可以推知，开放性结构将成为趋势。

在开放性结构下，可以通过组装接口标准化的模块，实现产品的差异化。

组装好的标准化零部件再通过规模经济实现高性价比。

而且，那些核心零部件的制造者将确保自己在市场上具有绝对的优势和利益。

当然，汽车的一部分零件是从物理上实现“行驶、转向、制动”等基本性能，需要整合制造，因此不大可能发生大规模的变化。

然而，倘若有标准电动汽车平台之类的产品问世，那么即便是这部分零件。

<<电动汽车时代的企业战略革新>>

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>