

图书基本信息

书名：<<欧美汽车企业拓展海外市场对中国（上海）>>

13位ISBN编号：9787552001013

10位ISBN编号：7552001011

出版时间：2012-10

出版时间：上海社会科学院出版社

作者：葛伟民，曹遐，徐振宁 等编著

页数：308

字数：350000

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

汽车产业是一个产业链很长、与其他产业关联度很高的产业；同时，好多年来汽车产业还是一个高盈利的产业，是纳税大户。

一个国家的汽车产业水平在一定程度上反映了这个国家整体的工业化水平。

《欧美汽车企业拓展海外市场对中国（上海）汽车企业发展的启示》共十三章，内容包括总论、欧美汽车企业拓展国际市场的早期战略和策略、欧美汽车企业拓展发展中国家市场的战略和策略分析、欧美汽车企业拓展中国市场的战略和策略分析等。

书籍目录

序言

一、总论

(一) 选题意义

1. 选题背景

2. 选题、内容、方法及意义

3. 战略、策略与实践

(二) 经营战略与拓展海外市场战略

1. 经营战略与拓展海外市场战略的一体化

2. 经营战略的选择

3. 欧美汽车企业拓展海外市场的战略和策略概述

(三) 管理模式与拓展海外市场战略

1. 丰田管理模式的演变和竞争力

2. 美国汽车企业的管理模式

3. 德国汽车企业的管理模式

4. 对日、美、德管理模式的评述

二、欧美汽车企业拓展国际市场的早期战略和策略

(一) 海外市场战略相关理论

1. 海外市场战略的内涵与特征

2. 海外市场战略理论基础

(二) 欧美汽车企业拓展国际市场的早期战略

1. 欧美汽车企业及其市场特点

2. 欧美汽车企业拓展国际市场的早期主要战略和策略

三、欧美汽车企业拓展发展中国家市场的战略和策略分析

(一) 发展中国家市场环境分析及其汽车市场特点

1. 发展中国家宏观环境和汽车市场特点分析

2. 巴西汽车市场与环境分析

3. 俄罗斯汽车市场与环境分析

4. 印度汽车市场与环境分析

(二) 欧美汽车企业拓展发展中国家市场的主要战略和策略

1. 经销商网络搭建策略

2. 对外直接投资策略

3. 供应商整合策略

四、欧美汽车企业拓展中国市场的战略和策略分析

(一) 中国汽车产业市场概况

1. 中国汽车合资企业的兴起

2. “入世”后跨国车企战略变化

(二) 欧美汽车企业拓展中国市场的主要战略和策略

1. 中国汽车合资企业的兴起

2. “入世”后跨国车企战略变化

五、国际汽车市场竞争格局总量比重分析

(一) 从销量分析

1. 全球汽车销量回顾

2. 全球汽车市场分区域比较

(二) 从产量分析

(三) 变革与趋势

1. 发达国家 (美欧日Triad) 颓势恐难扭转
2. 全球汽车市场重心向发展中国家 (BRIC) 转移
3. 全球汽车市场产能过剩问题需引起警觉
4. 小型车愈来愈受欢迎, 豪华车在新兴市场表现不俗

六、国际汽车厂商技术优势比较分析

1. 各国在我国专利注册趋势和结构分析
2. 显性比较优势指数分析
3. 全球汽车行业各大企业研发进入白热化阶段
4. 清洁能源开发受各国车企重视

七、国际主要汽车厂商概况

(一) 全球汽车产业概况

1. 调整与转移
2. 全球化生产
3. 全球化重组

(二) 全球各主要汽车企业状况

1. 通用: 凤凰涅槃, 浴火重生
2. 福特: 稳健可持续发展
3. 克莱斯勒: 寄人篱下
4. 大众: 在危机后大步向前
5. 标致-雪铁龙: 立足欧洲, 开拓世界
6. 菲亚特: 横空出世的拯救者
7. 雷诺-日产: 战略大转型
8. 戴姆勒: 坚挺的传统豪门
9. 宝马: 永远的豪华巨头
10. 丰田: 冷静面对危机
11. 本田: 特立独行
12. 现代一起亚: 未来的王者
13. 日本三小: 铃木、三菱、马自达

八、发达国家汽车厂商竞争策略分析

(一) 美国市场分析

1. 美国市场概述
2. 第一类: 通用、福特、丰田
3. 第二类: 克莱斯勒、本田、日产、现代一起亚
4. 第三类: 大众、戴姆勒、宝马、铃木、三菱、马自达

(二) 欧洲市场分析

1. 欧洲市场概述
2. 第一类: 大众
3. 第二类: 标致-雪铁龙、雷诺-日产
4. 第三类: 通用、福特、菲亚特-克莱斯勒
5. 第四类: 戴姆勒、宝马、丰田、本田、现代一起亚、铃木、三菱、马自达

(三) 日本市场分析

1. 日本市场概述
2. 第一类: 丰田
3. 第二类: 本田、日产、铃木、三菱、马自达

九、新兴市场汽车厂商竞争策略分析

(一) 新兴市场之中国分析

1. 中国市场概述

2. 第一类：大众
3. 第二类：通用、现代一起亚
4. 第三类：丰田、本田、日产
5. 第四类：戴姆勒、宝马、福特、标致一雪铁龙、马自达、铃木、三菱

(二) 新兴市场之印度分析

1. 印度市场概述
2. 铃木、现代一起亚、通用、福特、大众、雷诺一日产、菲亚特、丰田、本田、戴姆勒、宝马之分析

(三) 新兴市场之巴西分析

1. 巴西市场概述
2. 第一类：菲亚特、通用、大众
3. 第二类：福特、雷诺一日产、标致 雪铁龙、本田
4. 第三类：戴姆勒、丰田、现代、三菱

(四) 新兴市场之俄罗斯分析

1. 俄罗斯市场概述
2. 第一类：现代一起亚、雷诺一日产
3. 第二类：通用、大众
4. 第三类：丰田、福特
5. 第四类：菲亚特一克莱斯勒、标致一雪铁龙、戴姆勒、宝马、三菱、马自达等

(五) 其他新兴市场简介

1. 泰国
2. 南非
3. 印度尼西亚

十、竞争中的新能源汽车产业

(一) 新能源汽车产业的崛起

(二) 新能源汽车的国家政策与策略

1. 美国
2. 德国
3. 日本
4. 韩国

(三) 各国新能源汽车战略的目的和意图

1. 美国快马加鞭，努力追赶
2. 日本部署全面，优势明显
3. 德国雄心勃勃，技术领先
4. 韩国聚焦优势，强调市场

十一、基于图论与Page Rank改进算法对现今世界各国汽车厂商战略联盟的收益度分析

十二、今后10年主要海外市场和区域市场供求的总体变化及结构性趋势

(一) 主要海外市场和区域市场的总量增长趋势

1. 未来10年世界汽车消费的变化趋势
2. 未来10年世界汽车工业发展趋势
3. 总量增长影响因素分析
4. 总量预测

(二) 国际汽车市场区域分布和结构性增长趋势

1. 未来10年国际汽车市场区域分布和结构变化总的趋势
2. 未来10年美国汽车业的变化趋势
3. 未来10年欧洲汽车市场的变化趋势

4. 未来10年日本和韩国汽车产业变化趋势
5. 未来10年新兴市场变化趋势
6. 未来10年中国汽车产业变化趋势
7. 企业结构的变化趋势

(三) 区域性市场的生产和营销模式分析

1. 未来10年汽车生产模式的变化趋势
2. 未来10年汽车营销模式的变化趋势

十三、启示、借鉴和对策建议

(一) 基本的启示和借鉴

1. 基本形势分析
2. 最基本的经验和教训
3. 先内后外是唯一的选择

(二) 对政府层面的对策建议

1. 国内大环境建设必须能激发工作自觉性和创造力
2. 为企业出海创造整体海外条件
3. 政府磋商, 达成共赢协议

(三) 对企业层面的对策建议

1. 构造良好的企业制度和机制
2. 从零部件开始提高产品技术含量
3. 从“搭船出海”做起, 熟悉海外市场环境

附录: 案例分析

一、丰田公司海外扩展案例分析

(一) 丰田公司全球化发展概况

(二) 丰田公司的高效经营方式

1. 强大的企业文化
2. 完善的人才培养体系
3. 先进的生产方式
4. 丰富的产品组合
5. 良好的盈利能力
6. 持续的创新过程

(三) 丰田公司全球化发展战略的阶段性演变

1. 出口主导阶段
2. 对外投资阶段
3. 本土化战略阶段

二、通用公司海外扩展案例分析

(一) 通用公司简介

(二) 通用公司海外扩展的特点

1. 灵活的跨国经营方式
2. 分散经营与协调控制管理体制
3. 重视投资风险评估
4. 发掘当地人才经营海外业务

(三) 通用汽车公司的海外市场拓展历程

1. 欧洲市场
2. 亚洲市场

参考文献

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>