

<<中国汽车产业自主品牌与自主创新研>>

图书基本信息

书名：<<中国汽车产业自主品牌与自主创新研究>>

13位ISBN编号：9787562523925

10位ISBN编号：7562523924

出版时间：2009-8

出版时间：中国地质大学出版社

作者：肖俊诗

页数：301

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

《中国汽车产业自主品牌与自主创新研究》共有八章。

第一章阐述了对汽车产业自主品牌和自主创新研究的理论和现实意义，对国内当前这方面的研究状况进行了评析；第二章在对汽车产业与汽车工业界定和区别的基础上，对中国汽车产业的发展历程（包括汽车零部件产业的发展历程）进行了分析，总结了中国汽车产业在经过改革开放30年的发展后所取得的成就，同时指出当前中国汽车产业面临的主要问题，提出了我国汽车产业科学发展的对策；第三章着重对中国自主品牌汽车产业的发展进行了阐述，其内容包括自主品牌的概念、中国自主品牌汽车产业发展历程及现状、发展中国自主品牌汽车产业的必要性分析、中国自主品牌汽车产业面临的主要问题和挑战、中国自主品牌汽车产业发展的对策；第四章以创新的理论为基础，对自主创新的内涵、汽车产业自主创新的构成要素、汽车产业自主创新的重要性进行了分析，结合研究我国汽车产业自主创新的历程、现状和存在的主要问题，提出了中国汽车产业自主创新应当选择的模式，以及应当如何进行自主创新；第五章专门对自主创新与自主品牌的关系进行了研究，分析了二者的区别和联系，指出完善汽车企业自主创新体系，培育其自主品牌的新模式；第六章对中国的新能源汽车发展问题进行了研究，研究的原因是今后新能源汽车是我国和世界各国汽车发展的重点，也是当前自主创新和自主品牌重点，它代表了汽车发展的趋势；研究的内容是新能源汽车的概念和种类、当前我国的研究与开发现状、我国发展新能源汽车面临的主要问题，并结合国外的研究状况，提出了我国发展新能源汽车的主要方向和对策；第七章对中国汽车金融业的发展状况进行了研究，研究的重点是汽车金融业在汽车产业中的作用、中国汽车金融业的发展历程、现状和存在的问题，提出了加快发展我国汽车金融服务业的对策；第八章对中国汽车保险业的发展状况进行了研究，研究的重点是汽车保险业在汽车产业中的作用、中国汽车保险业的发展历程、现状和存在的问题，借鉴国外汽车保险制度，提出了加快发展中国汽车保险服务业的对策。

之所以将汽车金融与保险的内容纳入《中国汽车产业自主品牌与自主创新研究》论述中，主要是因为汽车保险与金融是汽车产业的重要组成部分，其也存在自主品牌的发展与进行自主创新的问题。

当然，汽车产业的构成部分还包括汽车的维修、装饰、租赁等其他服务内容。

作者简介

肖俊涛，河南南阳人，硕士学历，副教授，1973年5月出生，1995年至今任教于湖北汽车工业学院，荣获湖北省优秀教学成果三等奖一项，完成省级课题一项，公开出版教材一部，发表论文30余篇。

书籍目录

第一章 绪论第一节 问题的提出第二节 研究的理论和现实意义第三节 国内当前的研究状况评析第二章 中国汽车产业发展概述第一节 中国汽车工业的探索第二节 中国汽车产业的发展历程第三节 中国零部件产业的发展历程第四节 中国汽车产业所取得的成就第五节 中国汽车产业面临的主要问题分析第六节 中国汽车产业科学发展的对策分析第三章 中国自主品牌汽车产业的发展第一节 汽车自主品牌概述第二节 中国自主品牌汽车产业发展历程及现状第三节 发展中国自主品牌汽车产业的必要性分析第四节 中国自主品牌汽车产业面临的主要问题第五节 中国自主品牌汽车产业面临的挑战第六节 中国自主品牌汽车产业发展的对策第四章 中国汽车产业自主创新研究第一节 自主创新概述第二节 汽车产业自主创新的重要性分析第三节 中国汽车产业自主创新的历程第四节 当前中国汽车产业自主创新现状第五节 中国汽车产业自主创新模式研究第六节 中国汽车产业自主创新存在的主要问题分析第七节 中国汽车产业自主创新对策研究第五章 自主创新与自主品牌的关系研究第一节 自主品牌与自主创新的区别第二节 自主品牌与自主创新的联系第三节 完善汽车企业自主创新体系和自主品牌培育新模式第六章 中国新能源汽车发展研究第一节 新能源汽车的概念和种类第二节 新能源汽车在中国的研究与开发现状第三节 国外对新能源汽车的研究状况第四节 中国新能源汽车发展面临的主要问题第五节 加快发展中国新能源车的对策第七章 中国汽车金融业发展研究第一节 汽车金融的概念第二节 汽车金融业在汽车产业中的作用第三节 中国汽车金融业的发展历程第四节 当前中国汽车金融服务业的特点第五节 当前中国汽车金融服务业存在的主要问题第六节 自主创新，发展中国汽车金融服务业的对策第八章 中国汽车保险业发展研究第一节 汽车保险的概念、种类和特征第二节 汽车保险的起源和发展第三节 中国汽车保险的产生、发展和现状第四节 汽车保险业在中国汽车产业发展中的作用第五节 国外汽车保险制度简介第六节 中国汽车保险业存在的主要问题第七节 自主创新，加快中国汽车保险业发展的对策结束语附录中国汽车产业自主创新大事记参考文献

章节摘录

第三章 中国自主品牌汽车产业的发展 第一节 汽车自主品牌概述 一、品牌的概念

品牌的英文单词Brand，源出古挪威文的Brandr，意思是“烧灼”。人们用这种方式来标记家畜等需要与其他人的相区别的私有财产。到了中世纪的欧洲，手工艺匠人用这种打烙印的方法在自己的手工艺品上烙下标记，以便顾客识别产品的产地和生产者。这就产生了最初的商标，并以此为消费者提供担保，同时向生产者提供法律保护。16世纪早期，蒸馏威士忌酒的生产商将威士忌装入烙有生产者名字的木桶中，以防不法商人偷梁换柱。

到了1835年，苏格兰的酿酒者使用了“Old Smuggler”这一品牌，以维护采用特殊蒸馏程序酿制的酒的质量声誉。在《牛津大辞典》里，“品牌”被解释为“用来证明所有权，作为质量的标志或其他用途”，即用以区别和证明品质。随着时间的推移，商业竞争格局以及零售业形态不断变迁，品牌承载的含义也越来越丰富，甚至形成了专门的研究领域——品牌学。

目前，理论界对于品牌的定义有多种，定义之一：品牌是指组织及其提供的产品或服务的有形和无形的综合表现，其目的是借以辨认组织产品或服务，并使之同竞争对手的产品或服务区别开来。定义之二：品牌是一种名称、术语、标记、符号或图案，或是他们的相互组合，用以识别企业提供给某个或某群消费者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品或服务相区别。

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>