第一图书网, tushu007.com

<<危机与变局>>

图书基本信息

书名：<<危机与变局>>

13位ISBN编号：9787807457183

10位ISBN编号：780745718X

出版时间：2010-7

出版时间：上海社会科学院出版社

作者：杨建文，陆军荣　编著

页数：192

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

第一图书网, tushu007.com

前言

2008年，一场始于美国本土的金融危机爆发并快速向全球蔓延，当人们还在担心金融巨头们何去何从时，危机已经开始深入到实体经济领域，而首当其冲的便是汽车产业，尤其是美国本土的汽车产业，受金融危机的影响更为甚。

金融危机冲击汽车产业的直接导火索是以消费信贷作为支撑的汽车消费需求的萎缩。

欧美国家消费信贷占整个消费支出的比例很高，在欧洲是60%-70%，在美国则高达80%-90%。

如此高的比例，在宏观经济景气的时候，繁荣了汽车市场，但在金融危机冲击下，汽车消费信贷如釜底抽薪，直接导致汽车销售的萎缩。

对于汽车产业重大影响的不仅只有外因，以美国通用、福特、克莱斯勒为代表的美国汽车产业，长期累积的内部问题，更是导致美国汽车产业在金融危机冲击下，风雨飘摇，最终选择破产、重组、被并购的道路，从而成为影响未来世界汽车产业格局变化的重要因素。

金融危机对于汽车产业的影响，主要是从汽车消费市场再传导至汽车产业的格局调整。

在危机期间，美国汽车市场急剧萎缩，2009年美国汽车销售量虽保住了千万辆的大关（达到1043万辆），却是27年来跌幅最大的一年，比最高峰时期下降了近700万辆，回到了1982年汽车销售量水平（该年汽车销量为1035万辆）。

美国汽车消费市场的萎缩，直接导致以美国汽车市场为重点的汽车生产商，面临前所未有的压力，其中最主要的是美国三大（通用、克莱斯勒和福特）汽车公司和日本丰田汽车。

相比之下，欧洲汽车厂商因为一直没有成功地在美国市场占领一席之地而受到的冲击较小，虽然欧洲汽车销售市场也存在着需求下降的情况，但其程度要比美国市场好得多，而且欧洲消费者对于本国汽车品牌的忠诚度较高，所以受影响较大的是外来品牌。

尽管如此，由于各汽车生产商各自成本结构、区域布局结构、汽车产品结构、股权结构、工会因素等多方面内部条件的不同，外部需求的下降对他们产生了的影响也各不相同，进而打破了原有的汽车产业格局的平衡，引发了人们对于全球汽车产业变局的各种猜测。

内容概要

本书对全球汽车业在2008年金融危机和经济衰退前后的战略布局调整与重组策略问题进行了分析研究。
全书共分6个章节，具体内容包括危机前的全球汽车产业格局简析、全球汽车产业战略布局与重组策略·美国篇、全球汽车产业战略布局与重组策略·欧洲篇、危机后全球汽车产业发展格局与启示等。
该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<危机与变局>>

书籍目录

前言第一章 危机前的全球汽车产业格局简析 一、21世纪以来全球汽车产业格局的发展变化 (一)汽车产量的国别结构 (二)形成寡头竞争格局 二、危机前国际汽车产业的调整与重组分析 (一)调整和转移 (二)全球化生产 (三)全球化重组 三、危机前全球汽车产业发展存在的问题 (一)大企业病与企业效率 (二)工会力量与用工成本 (三)美国汽车消费的需求泡沫 (四)全球化组织体系的不成熟 (五)传统汽车增长模式与能源瓶颈第二章 全球汽车产业战略布局与重组策略·美国篇 一、通用：摔跤的大象如何转身 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 二、福特：在危机中实现战略转折 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 三、克莱斯勒：委身于人换主双赢 (一)简要背景 (二)危机中战略布局的调整取向 (三)重组策略研究 四、美系车企布局调整与重组特点第三章 全球汽车产业战略布局与重组策略·欧洲篇 一、大众：危机后全球汽车产业的王者 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 二、标致一雪铁龙：一家立足欧洲的汽车企业 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 三、菲亚特：从被拯救者到拯救者 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 四、雷诺一日产联盟：跨国联姻的模范拍档 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 五、两大豪华巨头：戴姆勒与宝马 (一)戴姆勒 (二)宝马 六、欧系车企布局调整与重组特点第四章 全球汽车产业战略布局与重组策略·日韩篇 一、丰田：在危机中走过巅峰 (一)简要背景 (二)危机中战略布局调整取向 (三)重组策略研究 二、本田：一家拒绝长大的公司 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 三、现代-起亚：预言中的黑马能跑多远 (一)简要背景 (二)战略布局调整取向 (三)重组策略研究 四、日韩三小：铃木、三菱与大宇 (一)铃木汽车 (二)三菱汽车 (三)大宇 五、日韩系车企布局调整与重组特点第五章 全球汽车产业战略布局与重组策略·新兴市场 一、巴西：南美的汽车中心 (一)产销量与增长趋势 (二)汽车工业结构：外资主导 (三)危机期间当地车企的战略变化 (四)危机前后的国内汽车产业政策 二、俄罗斯：工业强国汽车小国 (一)产销量与增长趋势 (二)汽车工业结构：生产内主，市场外主 (三)危机期间当地车企的战略变化 (四)危机前后的国内汽车产业政策 三、印度：等待崛起的大市场 (一)产销量与增长趋势 (二)汽车工业结构：内外平衡发展 (三)危机期间当地车企的战略变化 (四)危机前后的国内汽车产业政策 四、中国：危机中最亮丽的产业 (一)产销情况与增长趋势 (二)汽车工业结构：从合资走向自主 (三)危机期间当地车企的战略变化 五、新兴国家汽车市场特点第六章 危机后全球汽车产业发展格局与启示 一、全球汽车产业发展格局走向 (一)市场格局：新兴市场崛起后的改变 (二)厂商格局：强者主导下的格局调整 (三)生产布局：危机后现有汽车产业不会发生大规模转移 (四)各厂商的市场占领格局：依托本土，分割全球 (五)新能源汽车的发展趋势：电动汽车 (六)新兴市场汽车厂商发展：第三种思路 二、全球汽车产业重组与调整对中国汽车产业的启示 (一)全球汽车产业重组中的经验教训 (二)新战略布局中的中国汽车产业发展的战略定位

章节摘录

四是各种跨国界新型组织形式。
（1）互联网的合作采购和销售。
例如，2000年2月，通用、福特和戴姆勒一克莱斯勒公司曾宣布将联手建立一家全球最大的汽车业专用网络市场，原计划每年所需的2500亿美元零部件和其他商品将通过这一市场进行采购。
（2）全球24小时合作研发。
例如，各大公司引入了“24小时开发”的概念，即组合全球开发人才，利用不同时区的时差，对某项技术开发项目实行24小时不间断的开发，以缩短开发周期，加快新产品投放市场的周期，以获取市场领先地位。
（3）联合采购。
零部件的联合采购成为潮流。
如米其林、固特异、普利斯通与整车厂家零部件采购的合作。
戴姆勒一克莱斯勒，三菱和现代三家的采购部长曾于2002年10月签署合作协议，实行全球范围内的零部件统一采购，年采购额达130亿美元。
雷诺一日产联合采购集团联合采购量达70%。
但是，这一轮的全球化重组鲜有成功的案例（除雷诺一日产外），大部分跨国性并购重组，均已告破裂，包括戴姆勒一奔驰和克莱斯勒（1999-2007）、通用收购萨博（1989-2009）、通用菲亚特联盟（2000-2005）、福特收购捷豹（1989-2008）、通用收购悍马（1999-2009）、福特收购路虎（2000-2008）、福特与马自达（1979-1996，1996-2008）、福特汽车收购沃尔沃（1999-2009）。
三、危机前全球汽车产业发展存在的问题　（一）大企业病与企业效率　“大企业病”一词，是日本立石电机株式会社立石一真会长1981年首次提出的。
所谓“大企业病”，是指企业发展到一定规模之后，滋生出阻滞企业继续发展的种种危机，使企业逐步走向倒退甚至衰败的一种慢性综合病症。
具体表现为效率低下、对市场的反应迟钝以及创新能力的丧失。
导致美国汽车工业陷入困境的原因之一是极度扩张后的“大企业病”。
以通用汽车为例，20世纪90年代以来，就在通用汽车不断扩张经营规模的过程中，市场反应迟钝、决策效率低下、管理机制僵化、资源使用分散等为特征的“大企业病”逐渐呈现出来。
……

第一图书网, tushu007.com

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