

CAR

汽车行业卓越人才培养丛书

汽车行业 管理导论

庄继德◎编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

汽车行业卓越人才

汽车行业管理导论

Introduction to Automotive Industry Management

庄继德 编著



机械工业出版社

我国汽车产业由大变强不仅要靠技术,更主要的是要靠管理,靠正确的战略决策。因此在我国,高等院校的汽车类专业有必要普遍开设“汽车行业管理”方面的课程。编写本书的目的就在于为高等院校的汽车类专业学生提供一本可选用的教材。

本书分上、中、下三篇。上篇介绍汽车行业管理的基本原理;中篇介绍汽车及零部件行业尤其是产品开发和营销方面的管理技术;下篇阐述汽车延伸及其相关行业的管理问题。

本书既可作为高等院校汽车类专业的教学用书,也可作为汽车行业管理人员和技术人员的继续教育培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

汽车行业管理导论/庄继德编著. —北京:机械工业出版社, 2017. 3

(汽车行业卓越人才培养丛书)

ISBN 978 - 7 - 111 - 55774 - 6

I. ①汽… II. ①庄… III. ①汽车工业—工业企业管理—行业管理 IV. ①F407. 471. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 313774 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 宋学敏 责任编辑: 宋学敏 席建英 刘丽敏

封面设计: 马精明 责任校对: 佟瑞鑫

责任印制: 常天培

北京京丰印刷厂印刷

2017 年 3 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm × 243mm · 23.5 印张 · 338 千字

标准书号: ISBN 978 - 7 - 111 - 55774 - 6

定价: 48.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线: 010-88379833 机工官网: www.cmpbook.com

读者购书热线: 010-88379649 机工官博: weibo.com/cmp1952

教育服务网: www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网: www.golden-book.com

前言



产业链长是汽车行业的特点，从产品开发、零部件采购、供应链到整个物流，然后到制造、营销、服务，还有下游，延伸的领域很广。因此，汽车产业的发展是个复杂的系统性问题，中国汽车产业要由大变强，不能仅仅依靠技术，更主要的是靠管理，靠正确的战略决策，而且技术创新也需要管理。但是目前我国，有汽车专业背景的管理人才奇缺。

长期以来，国内的所有高等院校都没有开设汽车行业管理专业。但近年来情况有了变化，吉林大学一莱姆顿学院与美国诺斯伍德大学合办了汽车行业管理专业，属国内首创，对此，我们应给予掌声和支持。据悉，该专业的培养目标是：培养适应中国及全球汽车产业发展，既有汽车专业背景，又懂国际贸易、法律、营销、高级企业管理等的复合型国际化汽车人才。

必须指出，汽车行业管理的范围不仅限于汽车贸易与营销，它还包括汽车产业发展的战略决策，对产业的计划、组织和领导，对汽车企业经营活动的协调和控制，以及有效地配置资源和优化产业布局等。另外，就我国目前的情况而言，汽车企业的管理和组织结构如何适应互联网的发展以及如何对自主汽车产品开发进行管理等问题均属重中之重。

编者近年来致力于汽车行业管理这一领域的开拓研究，先后编写出版了《汽车产品开发》《汽车工业系统优化和技术创新》《汽车产业链完善与发展》《汽车服务系统工程》《汽车政策法规与汽车产业发展》《汽车技术法规与法律服务》《汽车零部件发展之道》《汽车产业发展的辩证法与系统思想》等书。

中国汽车产业要由大变强，加强汽车行业管理势在必行。编者始终认为：“汽车行业管理”这一内容应成为国内所有高等院校汽车类专业的必修课。

鉴于国内尚缺乏这方面的教材，编者近期内广泛收集和整理了有关资料，编写出本书，其内容紧密结合国内实际，可以为吉林大学一莱姆顿学院引进的发达国家汽车行业管理人才的培养模式本土化提供一些中国汽车行业实际情况的背景材料。

本书从编写到出版得到了机械工业出版社高教分社的大力支持，衷心希望本书的出版能为国内高校开设汽车行业管理新专业开道引路。

本书既可作为高等院校汽车类专业的教学用书，也可作为国内汽车行业管理人员和技术人员的继续教育培训教材。

本书是一本创新之作，也是编者的一次尝试，因此在内容上难免有错误和不当之处，敬请广大读者批评指正。

本书在撰写过程中参阅了相关著作和报纸、杂志上刊登的大量信息资料，在此向所有作者一并表示感谢。

编 者

电话服务

服务咨询热线: 010-88379833
读者购书热线: 010-88379649

网络服务

机工官网: www.cmpbook.com
机工微博: weibo.com/cmp1952
教育服务网: www.cmpedu.com
金书网: www.golden-book.com
封面无防伪标均为盗版

为中华崛起传播智慧

地址: 北京市百万庄大街22号
邮政编码: 100037

策划编辑◎宋学敏 / 封面设计◎马精明

目 录

前言

上 篇

汽车行业管理基本原理总论

第一章 汽车行业及企业管理系统概论	3
第一节 汽车企业管理的地位和作用	4
第二节 汽车行业管理系统的特性	5
第三节 汽车企业管理的内涵和范围	7
第二章 汽车行业管理的基本理念	9
第一节 以人为本的指导思想	9
第二节 以“四化”为内容的管理原则	13
第三节 新形势下的管理新思维	19
第三章 汽车行业管理的主要模式	25
第一节 系统管理	25
第二节 战略管理	27
第三节 精益生产管理	34
第四节 技术创新管理	37
第四章 汽车零部件行业管理	46
第一节 改变传统企业组织体系，建立“哑铃型”组织结构	46
第二节 紧跟时代步伐，加强企业的信息工作	48
第三节 改变生产和供应方式，走模块化和系统化之路	50
第四节 联合重组，发挥集群效益	53

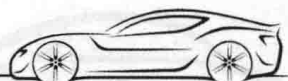


第五章 汽车行业的集成式系统管理方式	54
第一节 集成式产品开发系统管理	54
第二节 集成制造系统	58
第三节 集成供应链系统管理	60
第四节 汽车营销系统的集成与管理	63
第六章 汽车行业管理状况的评价指标	69
第一节 汽车行业组织状况评价指标	69
第二节 汽车行业营销状况评价指标	72
第三节 汽车行业国际化状况评价指标	73
第七章 面向未来的汽车行业管理体制变革	74
第一节 基于网络化和模块化的未来汽车企业模式	74
第二节 “流水线”开发模式是车企可行之路	76
第三节 供应链管理的 VMI 技术值得关注	78
第四节 迎合潮流的网络营销	80
第五节 面向未来的汽车服务管理体系探索	82
第六节 未来汽车行业系统化生产新体系构想	87
第八章 汽车企业文化建设	92
第一节 企业文化是企业发展的动力源	92
第二节 以“企业文化”促进企业发展	94
第三节 以人为本，大力推进企业文化管理	96
第四节 建设汽车企业文化重在落地	100
第九章 汽车企业履行社会责任	102
第一节 汽车企业不能忽视社会责任	102
第二节 中国车企履行社会责任工作取得长足进步	106
第三节 企业要对履行社会责任进行系统管理	111

中 篇

汽车及零部件行业管理技术

第十章 产品开发改善类管理技术	119
第一节 产品生命周期管理	119
第二节 项目管理	122



第三节 基于流程的产品开发管理	123
第十一章 预测类管理技术	131
第一节 市场预测	131
第二节 技术预测	140
第三节 成本预测	143
第十二章 分析评价类管理技术	146
第一节 层次分析法	146
第二节 价值分析	155
第三节 可靠性分析	163
第四节 基于模糊数学的营销分析	170
第十三章 控制管理类技术	179
第一节 目标成本控制	179
第二节 全面质量管理	182
第三节 信息系统控制管理	186

下 篇

汽车延伸及其相关行业管理

第十四章 汽车电子	191
第一节 汽车电子产品	191
第二节 汽车远程信息服务系统	193
第三节 掌握核心技术, 加快我国汽车电子产业发展	201
第十五章 汽车电子商务	204
第一节 电子商务是一场革命	204
第二节 有关电子商务的名词解读	206
第三节 汽车电子商务的经营模式	208
第四节 汽车电子商务的多种渠道	216
第五节 电子商务大潮下 4S 经销商的去向	219
第十六章 汽车金融	222
第一节 汽车金融大有作为	222
第二节 我国汽车金融的发展之路	223
第三节 汽车金融进入“互联”时代	230



第十七章 汽车保险	233
第一节 车险种类与费率	233
第二节 汽车保险合同	238
第三节 车险理赔	240
第四节 车险改革	245
第五节 “互联网+保险”新模式	247
第十八章 二手车行业管理	250
第一节 二手车市场的规范管理	250
第二节 创新二手车交易模式	254
第三节 开拓旧车置换市场	257
第四节 治理二手车行业痛点，加速二手车行业发展	259
第十九章 汽车租赁业管理	263
第一节 国内外汽车租赁业的发展	263
第二节 促进汽车租赁业快速发展	265
第三节 完善法律法规，加强汽车租赁业管理	269
第四节 应用互联网技术，变革传统租车行业	273
第二十章 汽车后市场管理	275
第一节 汽车后市场是个巨大的金矿	275
第二节 汽车维修业转型升级	276
第三节 售后零配件业打破垄断	281
第四节 汽车后市场发力 O2O 模式	283
第二十一章 汽车后装与改装市场管理	288
第一节 汽车后装与改装市场是“淘金者”乐园	288
第二节 后装市场需要规范和引导	289
第三节 完善政策法规，使改装行业正确、有序地发展	291
第二十二章 汽车物流	297
第一节 汽车物流业的特点	297
第二节 汽车物流业管理	301
第三节 物流车市场	302
第二十三章 汽车出口	305
第一节 政府适时出台相应政策，促汽车出口健康发展	306



第二节 调整汽车出口战略, 建设出口体系能力	310
第三节 出口模式转向投资是方向	314
第四节 汽车出口贸易中的法律问题	315
第二十四章 汽车文体行业管理	325
第一节 汽车文化及汽车运动行业	325
第二节 汽车旅游业与汽车俱乐部	333
第三节 汽车文体行业的管理特点	336
第二十五章 汽车设施服务行业管理	339
第一节 汽车设施服务行业的内涵	339
第二节 汽车旅馆业与汽车餐饮业简介	341
第三节 汽车设施服务行业的综合化、小型化、人性化管理	342
第二十六章 汽车咨询与人才培养	344
第一节 汽车咨询	344
第二节 人才培养	346
第三节 继续教育	348
第二十七章 汽车产业与关联产业的关系管理	351
第一节 汽车产业与相关产业应协调发展	351
第二节 汽车产业与关联产业的多种连接方式	353
第三节 汽车产业与互联网产业深度融合	358
参考文献	364

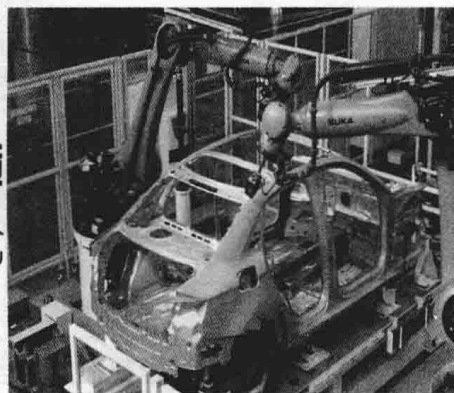
上 篇

汽车行业管理基本原理总论



第一章

汽车行业及企业管理系统概论



汽车工业在国民经济中有着极其重要的地位。

可以毫不夸张地说，汽车是当今世界第一大商品，没有其他任何一种商品能动摇或取代其在全球出口贸易中的重要地位。

汽车生产及其运用，每年对世界各种物质的消耗量占其年产量的百分比分别为石油 46%，钢铁 24%，橡胶 58%，玻璃 59%。

随着汽车的使用与普及，产生了许多与之有关的销售、燃料供给、维修、服务、金融等部门，目前世界上有 3 亿多人直接或间接地为汽车服务。

汽车由上万个零部件构成，而这些零部件是由各种各样的材料（包括钢铁、铝、镍、锌、钨、铬、铜等金属材料，以及木材、油漆、橡胶、塑料、玻璃、胶木、人造革等非金属材料，用于汽车的材料多达 4200 多种）制成，故汽车的大量制造必然会带动与之协作的工业部门的发展。汽车涉及许多领域，当今世界上，还没有哪个工业部门所涉及的范围比汽车工业更广泛。因此，汽车工业在某种意义上可以说是一个国家工业化水平和科技水准高低的重要标志之一。实际情况表明，经济和科技发达的国家，同时也是汽车工业发达的国家，如美国、日本、德国等，这几个汽车生产大国在世界经济中的地位与其在世界汽车工业中的排名基本相吻合，这不是巧合，而是客观规律使然。

据分析，在汽车工业发达的国家中，汽车工业产值和就业人数占其制造业的比重达 5% ~ 10%。有些国家，与汽车有关的税收约占全国税收总额的

10%或更高。汽车工业是其他工业部门不能比拟的一种独特的综合性工业，这就是许多国家将其作为支柱产业发展的根本原因。



第一节 汽车企业管理的地位和作用

汽车工业有时也称为汽车产业，其区别在于汽车工业是人为的，属于抽象的概念，例如整个国民经济包含工业、农业和服务业，工业又有重工业和轻工业之分；而汽车工业属于重工业中的机械工业。

有时我们把农业、工业、服务业分别叫作第一、第二、第三产业；把汽车工业称为汽车产业，其区别在于产业是自然的，不是抽象的；产业是企业的集合，汽车产业就指具有共性的一批汽车企业。

其实，汽车产业是一个复杂的系统。所谓系统，是由相互作用和相互依赖的若干组成部分组合而成的、具有特定功能的有机整体，对汽车产业来说，它主要包括产品开发、零部件供应、产品制造加工和销售服务四个部分，再加上企业管理，从而形成一个完整的系统或产业链。

图 1-1 所示的是由一整套相互衔接的网络构成的现代化汽车企业模式。由图可见，企业的管理系统与汽车产业链中的其他各个环节紧密相关，因此企业的管理体系和方法对提高企业的经营效率和市场竞争力都起着十分重要的作用。举例来说，提升企业的竞争力关键在于提升产品竞争力，而汽车产品竞争力中最核心的因素是产品质量，低质量的产品在竞争中是无法生存的。韩国汽车产品从 2000 年开始实施全面质量管理方奠定了今天成功的基础。

在 20 世纪五六十年代，日本汽车也曾是质量低劣的代名词，但日本人认识到提升产品质量的重要性，请来美国质量管理专家戴明博士，帮助他们改进产品质量，并结合自身的民族特性发展出了全员参与的全面质量管理体系，一举扭转了质量低劣的形象，最终赢得了全世界消费者的认可。

表 1-1 为 20 世纪美国通用和日本丰田之间的比较。

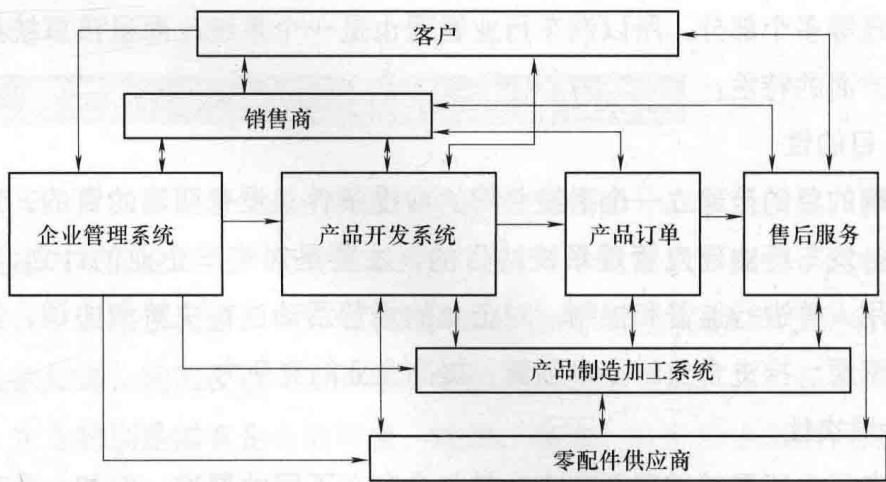
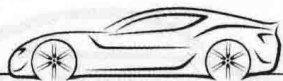


图 1-1 现代化汽车企业模式

表 1-1 美国通用和日本丰田的比较

时 间	项 目	美国通用	日本丰田
20 世纪 50 年代	劳动生产率	生产率是日本 10 倍	
20 世纪末	人均产量/年	6 辆	55 辆
	人均创利	1400 美元	14000 美元
20 世纪 90 年代	平均库存	2 周	2 小时
	资金周转	6 ~ 7 次/年	100 次/每年

上述例子告诉我们，汽车企业竞争力的提升，取决于能否形成自己有效的企业管理体系。另外，汽车企业的管理体系还贵在创新，丰田汽车所创立的精益生产管理大大提高了企业的经营效率，这从表 1-1 中的对比数据可以明显看出。

第二节 汽车行业管理系统的特性

产业是指国民经济的各行各业，包括部门、行业以及行业中的小行业，所以汽车产业也称为汽车行业，在英文中，汽车产业和汽车行业是同一个名称“Automotive Industry”。

汽车行业的管理包括产品研发管理、供应链管理、生产过程管理和营销

服务管理等多个部分，所以汽车行业管理也是一个系统，而且该系统具有以下几个方面的特性：

1. 目的性

明确的目的是建立一个系统必需的前提条件，没有明确的目的，系统不能成立。汽车行业建立管理系统的目的，主要是对汽车企业的计划、组织、生产、用人等进行监督和控制，对企业的经营活动进行决策和协调，并有效地配置资源，推进企业的技术创新，提高企业的竞争力。

2. 层次性

汽车行业所属部门有大有小，其本身存在不同的层次。例如，汽车行业可以划分为整车制造行业、零部件行业、销售服务行业等。销售服务行业又可进一步划分为汽车流通行业、汽车维修行业、汽车金融行业、汽车租赁行业等，应对大小不同的行业或部门采用不同的管理方式。

3. 关联性

汽车行业的关联性很大，每辆汽车有 2.5 万个零件，需要 600 多种钢材，还有品种繁多的非金属材料。汽车产业的发展必然会带动冶金、材料、电子等一大批产业的发展，从而产生汽车电子、互联网、新能源汽车等一些新的行业，所以汽车行业与关联行业的关系管理非常重要。

4. 适应性

任何一个系统都存在于一定的环境之中，当今汽车工业正处于世界能源短缺和排放污染这一环境之中，所以，为了适应环境，汽车行业在管理上应该把节能减排覆盖到产业链上下游，其内容包括绿色设计、绿色制造、绿色供应、绿色使用等。

5. 阶段性

汽车行业在不同的发展阶段应采用不同的管理模式。我国的汽车产业已经历了外购引进和学习造车两个阶段，目前正进入自主创新阶段。中国自主汽车企业如何开展创新？如何获得创新的结果？如何实施创新的想法？如何营造创新的环境？如何将创新转变成商业价值？解决这些问题的关键在于汽车企业建立自己创新的管理模式。