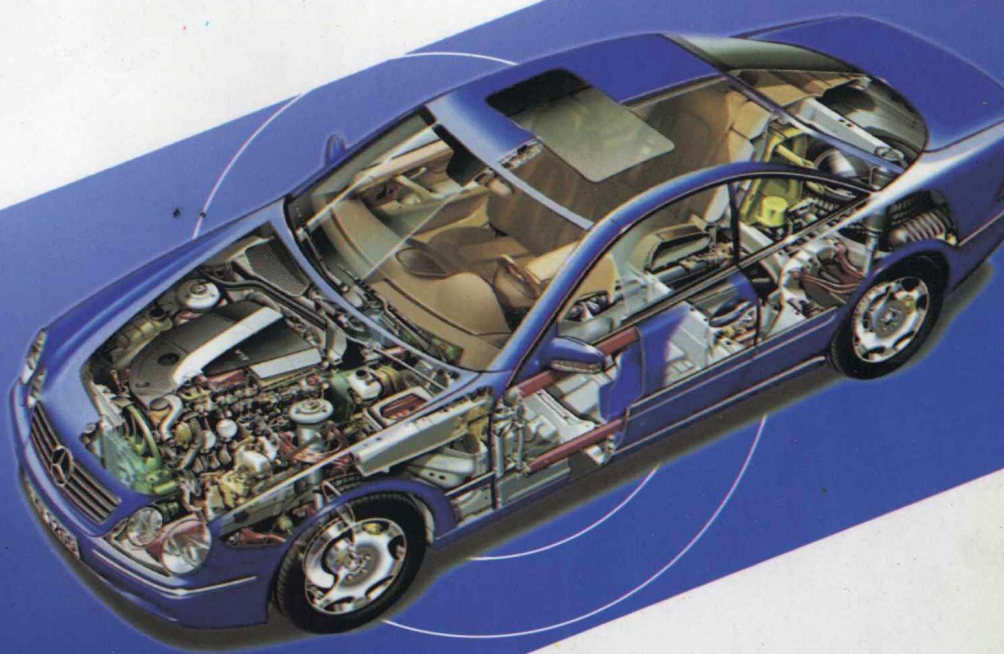


普通高等教育“十二五”规划教材·汽车专业

汽车及配件营销

QICHEJIPEIJIAN YINGXIAO

—— 主 编 李幸福 王怀玲 ——



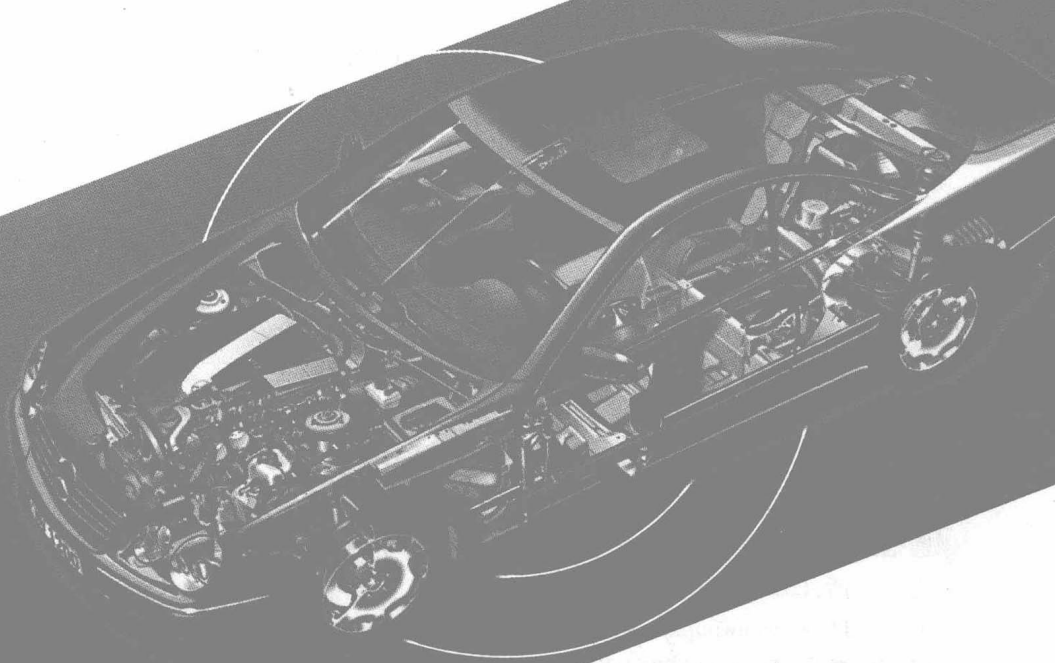
西北工业大学出版社

NORTHWESTERN POLYTECHNICAL UNIVERSITY PRESS

汽车及配件营销

QICHEJIPEIJIAN YINGXIAO

—— 主 编 李幸福 王怀玲 ——



西北工业大学出版社

NORTHWESTERN POLYTECHNICAL UNIVERSITY PRESS

【内容简介】 本书以国家对技能型人才培养为目标,在内容安排上以“必需、够用”为度,注重以就业为导向,以能力为本位,以实际操作为重点的原则,培养具有现代营销理念、创新精神和团队意识,掌握汽车市场营销技巧,善于捕捉机遇、开拓市场的汽车市场营销人才。

本书共9个项目,主要内容包括汽车市场营销概述;汽车营销市场分析;汽车营销人员基本素质;汽车产品组合与定价策略;汽车的分销渠道及促销策略;汽车消费服务;汽车配件的管理;汽车及配件的营销实务;汽车电子商务与网络营销。

本书可作为高职高专院校汽车营销专业、汽车服务专业、汽车贸易专业、汽车维修等专业的教材,也可供从事汽车营销工作的相关人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车及配件营销/李幸福,王怀玲主编. —西安:西北工业大学出版社,2010.9
ISBN 978-7-5612-2902-6

I. ①汽… II. ①李… ②王… III. ①汽车—市场营销学②汽车—配件—市场营销学 IV. ①F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 176772 号

出版发行:西北工业大学出版社

通信地址:西安市友谊西路 127 号

邮政编码:710072

电 话:(029)88493844 88491757

网 址:www.nwpup.com

印 刷 者:黄委会设计院印刷厂

开 本:787 mm × 1 092 mm

1/16

印 张:20.125

字 数:444 千字

版 次:2010 年 9 月第 1 版

2010 年 9 月第 1 次印刷

定 价:34.80 元

前言



我国汽车工业自 20 世纪 90 年代以来飞速发展,汽车制造的技术水平已经在世界上名列前茅。进入 21 世纪以来,随着我国国民经济稳健、快速的发展,汽车市场空前活跃,我国已经成为全球第二大汽车市场,并依然保持着每年净增 200 万辆的增长速度。汽车不再是中国老百姓不敢问津的奢侈品,它进入家庭的数量正在以惊人的速度增长。成功的汽车营销也将成为汽车行业新的利润增长点,人们对汽车售后服务越来越重视也给汽车后市场从业人员的素质提出了新的要求,因此迫切需要一大批既懂得现代汽车维修技术又具备先进营销理念;既有理论又懂实践的高级技术应用型专门人才。这种需要给高职院校的汽车类相关专业学生的培养带来了新的机遇,也给汽车营销课程的教学提出了新的要求。

本书以国家职业标准为依据,以“必需、够用”为度,根据职业岗位群所需的知识结构来确定具体内容。内容上注重以就业为导向,以能力为本位,既突出了高职特色,又具有一定的超前性,注重内容的实践性和可操作性。该书充分体现了高等职业教育的特色,适应新形势下对汽车技术高职人才的需要。

本书在编写过程中注入了国内外许多最新的学科成果和国内汽车市场动态以及大量营销案例,在阐述现代市场营销理论的基础上,依据对当前中国汽车市场现状的分析,将电子商务及传统营销实务渗透到汽车营销理念之中;把计算机、网络技术运用于现代的汽车营销实务性管理之中,具有自己的特色。内容深入浅出,理论联系实际,思路清晰,案例贴切,通俗易懂,针对性强,行之有效,更贴近实际管理,更细化工作过程。此外,为方便学生自学和实践学习,本书结合相关内容插入了大量的“知识链接”“精彩再现”“事件回放”“知识运用”“拓展视域”“智慧语林”“授之以渔”等小花絮,更适合学生学习、理解和巩固。

本书由李幸福、王怀玲担任主编,杨富营、谢俊花担任副主编。具体编写分工如下:项目一、二及附录由平顶山职业技术学院李幸福编写;项目三、四由平顶山职业技术学院王怀玲编写;项目五、六由许昌职业技术学院

杨富营编写;项目七、九由平顶山职业技术学院王艳琴编写;项目八由许昌职业技术学院谢俊花编写。

在本书的编写过程中,编者参考了大量的国内外市场营销和汽车营销方面的书籍、论文等文献资料,在此,谨向原作者表示谢意。

由于编者水平有限,编写时间仓促,书中疏漏之处在所难免,敬请读者批评指正。

编 者
2010 年 8 月

目 录



项目一 汽车市场营销概述	1
任务1 熟悉汽车工业概况	2
任务2 熟悉我国汽车市场的发展	17
任务3 了解汽车市场营销	22
任务4 了解汽车配件市场	27
项目二 汽车营销市场分析	38
任务1 熟悉汽车市场调查与预测	39
任务2 熟悉汽车市场营销环境分析	44
任务3 掌握汽车消费者购买行为分析	51
任务4 了解国际国内汽车市场竞争状况	56
项目三 汽车营销人员基本素质	63
任务1 掌握汽车营销人员应具备的基本销售理念	64
任务2 了解汽车营销队伍的建设	67
任务3 熟悉汽车营销人员必备素质	74
任务4 熟悉汽车营销人员基本礼仪交际技巧	85
任务5 熟悉订立汽车买卖合同	95
任务6 熟悉汽车销售的业务知识重点	106
项目四 汽车产品组合与定价策略	126
任务1 了解汽车产品组合策略	127
任务2 掌握汽车产品品牌规划与商标策略	133
任务3 掌握汽车产品寿命周期与营销策略	142
任务4 了解汽车新产品开发策略	151
任务5 了解汽车产品定价策略	159
项目五 汽车的分销渠道及促销策略	174
任务1 了解汽车销售渠道管理与汽车经销服务的4S模式	175
任务2 熟悉汽车产品促销策略	184
项目六 汽车消费服务	192
任务1 掌握汽车相关手续的代理服务	193

任务2 掌握汽车消费信贷服务	200
任务3 熟悉汽车保险与理赔	207
项目七 汽车配件的管理	222
任务1 掌握汽车配件的购进业务	223
任务2 掌握汽车配件的仓储管理	233
项目八 汽车及配件的营销实务	243
任务1 熟悉汽车配件的销售业务	244
任务2 掌握汽车及配件营销谈判实务	251
任务3 熟悉汽车门店营销和上门销售	258
任务4 熟悉二手车销售	265
任务5 掌握汽车营销推广	274
项目九 汽车电子商务与网络营销	285
任务1 了解我国电子商务	286
任务2 了解网络营销	306
附录	312
附录 世界名车标志鉴赏	312
参考文献	316

项目一

汽车市场营销概述

随着近几年汽车行业的飞速发展,我国已成为世界各大汽车厂商关注的焦点,中国汽车市场的营销环境随之也发生重大变化——国内市场竞争国际化、国际市场竞争国内化,传统的市场营销将面临全新的挑战。本项目主要介绍了汽车工业概况、我国汽车市场的发展、汽车市场营销及汽车配件市场。



任务1 熟悉汽车工业概况



任务2 熟悉我国汽车市场的发展



任务3 了解汽车市场营销



任务4 了解汽车配件市场



任务 1

熟悉汽车工业概况

【任务介绍】

- ◎介绍世界汽车工业发展概况;
- ◎介绍我国汽车工业发展概况;
- ◎介绍我国汽车工业的现状与发展趋势;
- ◎介绍国内外主要汽车生产厂家;
- ◎介绍汽车的民族性。

【任务目标】

- ◎了解世界汽车工业发展概况;
- ◎了解我国汽车工业发展概况;
- ◎熟悉我国汽车工业现状与发展趋势;
- ◎熟悉国内外主要汽车生产厂家;
- ◎熟悉汽车的民族性。

【任务引入】

中国近 50 年最有影响的汽车

东风牌轿车:这是第一汽车制造厂(简称一汽)生产的第一辆轿车。当时一汽按第一机械工业部通知开始生产轿车,1958 年试制出东风牌 71 型小轿车。1958 年 5 月,毛泽东同志在中南海后花园观看并乘坐了这辆轿车。

红旗牌 CA770 高级轿车:1965 年,一汽红旗 CA72 转产,开始生产 CA770 型三排座高级轿车。这款轿车及其改进型为中国国家领导人和国宾服务了几十年。



红旗世纪星系列:这是由一汽轿车股份有限公司生产的,一汽技术引进和自主开发相结合的产物,是国产中高档轿车中难得的民族品牌,也是该公司现在市场的主推车型。

BJ—212 越野车:这是由北京汽车厂生产的,主要供部队高级指挥员使用的越野车。20 世纪 60 年代中期以后,BJ—212 长时期受到部队和地方的欢迎,一度对部队和地方产生巨大影响。

北京 Jeep 切诺基:这是由北京吉普有限公司生产的,中国首辆中外合资的越野车型。

凤凰牌轿车和上海牌 SH760 型轿车:这是 1958 年由上海汽车装配厂生产的。该款被定名为凤凰牌轿车。这是建国后上海生产的最早的轿车,后遇困难时期而停产。1964 年,在国内经济好转的情况下,再次投产,改称上海牌 SH760 型轿车。上海牌轿车从投产到 20 世纪 80 年代初是国内唯一普通型公务用车,成为机关、企事业单位和接待外宾的主力车型。

别克 GL8:这是上海通用汽车公司生产的市场主力车型。到目前为止,本车型在中高档 MPV 中一直保持产销量最大。

松花江中意:这是哈飞汽车制造有限公司生产的国内第一辆完全具有自主知识产权、自主品牌、自主商标的新一代微型面包车。

郑州日产皮卡:这是郑州日产汽车公司生产的中国销量最大的豪华皮卡,占全国 40% 以上的市场份额。

桑塔纳(含桑塔纳 2000):这是由上海大众汽车公司出品的,第一款合资生产的轿车车型,对中国轿车市场影响深远的老三样之一,累计销量最大。

POLO:这是由上海大众汽车公司出品的,中国第一辆与世界同步推出的家庭轿车。中国 2003 年度车型。

帕萨特:这是由上海大众汽车公司出品的,国内新一代 B 级车市场销量最大的车型。

北斗星:这是由昌河汽车公司生产的,也是首次提出了“家用多功能车”的概念。

宝来:这是由一汽大众汽车公司出品的,中国第一款强调运动性和驾驶乐趣的轿车。

【任务分析】

经过 20 年的快速发展,我国汽车工业整体水平已有了较大幅度的提高。在中国经济日益融入世界经济一体化的今天,汽车贸易从多品牌、小批量、功能单一的突出经销商的模式正逐步向符合国外商业模式的主要做法(如品牌连锁、四位一体等模式)靠拢。随着中国加入 WTO,汽车贸易前景看好,而未来的市场竞争将是各大汽车厂商之间品牌和服务的竞争。

【相关知识】

一、世界汽车工业发展概况

汽车诞生至今,已 100 多年。现代汽车工业已经成为各国工业发展的标志。

世界上第一辆汽车是德国工程师卡尔·本茨(德国一个火车司机的儿子)设计制造出的,是一辆装有 0.85 马力(1 马力 = 735.499W)的三轮内燃机汽车(见图 1-1),并于 1886 年 1 月 29 日申请获得专利,所以 1886 年 1 月 29 日被全世界公认为是世界上第一辆汽



车的誕生日。德国的另一位工程师戴姆勒也在 1886 年研制成了一辆装有 1.10 马力的四轮汽油汽车(见图 1-2)。本茨和戴姆勒被公认是以内燃机为动力的现代汽车的发明者,被誉为“现代汽车之父”。从此汽车开始应用于人们的生活中。在此后的 100 余年中,汽车工业从一个新兴行业发展成为高效益的经济型行业,不管是数量上还是技术上都有了大幅度的提高。

奔驰1号车(德国1886年)
单缸, 785ml,
0.8马力, 15km/h

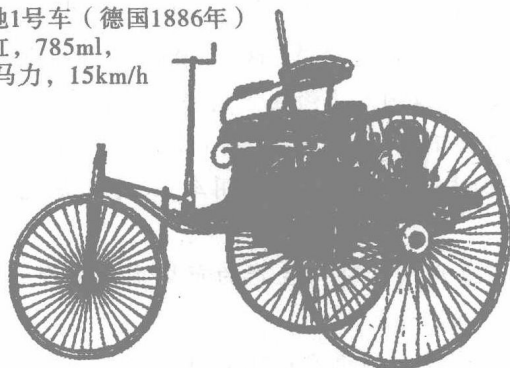


图 1-1 1886 年德国人本茨制造的三轮汽油车

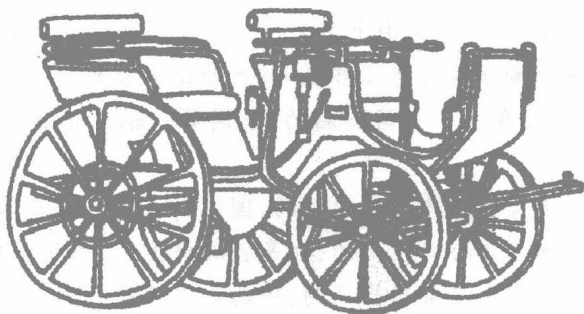


图 1-2 1886 年德国的戴姆勒研制成的四轮汽油汽车

汽车工业真正开始兴盛是在第二次世界大战(简称“二战”)结束之后,经过战前汽车工业的发展,汽车的基本结构已经定型。从二战后到 20 世纪末,汽车向着各种性质全面完善的方向发展,尤其是在面向社会发展要求——环境适应性、安全性、舒适性、高效性、减污性及节能性——上,已有了很大的进步。

一百多年的汽车发展史表明,汽车诞生于德国,成长于法国,成熟于美国,兴旺于欧洲,挑战于日本。在一百多年的汽车发展史中,世界汽车工业发展经历了三次重大变革。

(一)第一次变革

第一次变革是美国福特汽车公司推出了 T 型车,发明了汽车装配流水线的大量作业方式,使世界汽车工业的发展从欧洲转向美国。为了制造理想的大众化汽车,1908 年亨利·福特推出了 T 型车,汽车装配时间从 12.5h 缩短到 1.5h,售价从开始一辆 850 美元,最后降到 295 美元,高节拍大批量的流水线生产的 T 型车的出现,使汽车成为大众耐用



消费品;同时也为汽车产品市场的拓展提供了可能。从那时开始,汽车工业才有条件发展为具有广泛用户群体和宏大产业规模的世界性成熟产业。这是汽车发展史上的第一次飞跃。从1908年到1927年,福特T型汽车生产了1500多万辆,这一车型累计产量记录直到1972年才被甲壳虫型汽车打破。

(二) 第二次变革

20世纪50年代,第二次世界大战后的经济繁荣使汽车业进入了前所未有的黄金时期,其中最大的创新就是汽车在外形和结构的设计上都有了较大的改变,从而带来了汽车发展史上的第二次飞跃。欧洲的汽车公司针对美国车型单一、体积庞大、油耗高等弱点,开发了多姿多彩的新车型,实现了汽车产品的多样化。例如,严谨规范的奔驰、宝马;轻盈典雅的雪铁龙;雍容华贵的劳斯莱斯、美洲虎;神奇的甲壳虫、法拉利;风靡全球的迷你车等新车型纷纷亮相。产品的多样化成为最大优势,规模效益也得以实现。到1966年,欧洲汽车产量突破1000万辆,比1955年产量增长5倍,年均增长率为10.6%,超过北美汽车产量,成为世界第二个汽车工业发展中心。到1973年,欧洲汽车产量已提高到1500万辆。世界汽车工业发展又由美国转回欧洲。

(三) 第三次变革

第三次变革是日本通过完善管理体系,形成精益的生产方式,全力发展物美价廉的经济型汽车,亦称为日本汽车工业崛起时代。进入20世纪60年代以后,日本经济高速发展,内需强劲增长,日本各汽车公司及时推出物美价廉的经济型汽车。日本出现了普及汽车的高潮。同时,以丰田汽车公司为代表的几家汽车公司,在“模仿比创造更容易”这种思想的指导下进军汽车业,将“全面质量管理”和“及时生产系统”两种新型管理机制应用于汽车生产,先后生产出一批安全、牢固、经济、传统的汽车。这些汽车虽没有最新的技术支撑,但是由于其设计小巧完美,而且价格合理,因而获得了“物美价廉”的称号,在汽车发展史上形成了第三次飞跃。推动了日本汽车工业的发展。1973年和1979年发生了两次世界石油危机,日本生产的小型轿车成为世界的畅销品。

由于日本实现了国内销售量和出口量的双高速增长,迎来了日本汽车工业发展,创造了世界汽车工业的奇迹。日本成为继美国、欧洲之后的世界上第三个汽车工业发展中心,即世界汽车工业的发展又发生了由欧洲到日本的第三次转移。

20世纪90年代末,汽车工业再创奇迹,汽车服务业日趋辉煌。20世纪90年代末汽车工业进入一个新的高速发展期,主要体现在两方面:一是体现在汽车的制造技术上,正处于科技创新时代,无论是从提高汽车的动力性能角度出发,还是从节能角度出发,汽车工业都有了较为显著的进展,消费者最为关注和担心的问题也都有了一定的改善;二是体现在汽车的拥有量上,随着人们生活水平的提高,生活环境的改善,人们的生活已经不再局限于温饱问题的解决,汽车逐步成为人们新的追求。这两方面的结合不仅带来了汽车工业的发展,更促进了汽车服务业的兴起。更为重要的是,进入20世纪90年代以来,由于世界汽车工业能力过剩,汽车环保、安全、节能法规日趋严格,产品开发成本、销售成本大幅度提高,促使汽车工业全球化结构调整步伐明显加快,汽车跨国联盟已成为世界汽车工业发展的潮流。

经过几年的资产重组、联合、兼并,目前,世界汽车工业已基本形成六大企业集团(或



战略联盟)的格局,形成了世界年产 400 万辆以上的轿车公司(集团)。同时汽车市场的竞争实质上是现代科技的较量,是技术创新的竞争。世界各大汽车公司以环保、安全、节能为目标,正在进行着一场由量变到质变的技术革命,表现为:推广现代柴油机轿车;迅速普及复合火花点火新型汽油机;加速发展混合动力汽车;加紧开发燃料电池,推广电动汽车实用化。

世界汽车工业的发展表现为三个特点:第一,世界汽车年产量在波动中增长,产品结构逐年有所变化;第二,跨国企业为实现新兴市场的扩张不断调整战略布局,全球化成为必然;第三,世界汽车技术进步的步伐越来越快,汽车工业正处于科技创新时代。

二、我国汽车工业发展概况

解放前,中国虽没有汽车制造业,却有汽车制造痕迹。唐朝天文学家高僧一行设想一种汽车(“激铜轮自转之法,加以火蒸汽运,名曰汽车。”)。17 世纪比利时传教士南怀仁在北京制成一辆蒸汽汽车。1901 年,袁世凯为了讨好慈禧太后,从香港买进一台汽车,这就是在中国出现的第一辆汽车,如图 1-3 所示。

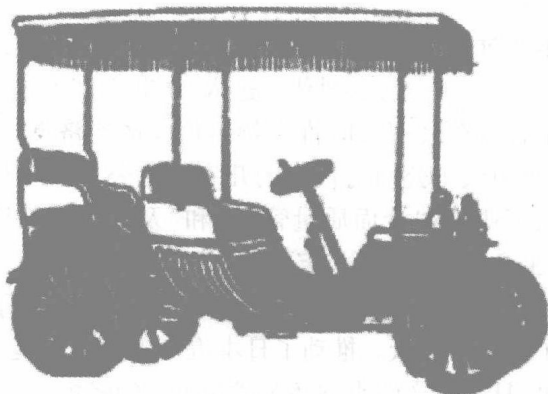


图 1-3 中国出现的第一辆汽车

20 世纪 30 年代,当时的中国政府成立了一个汽车制造公司,先后在上海、九龙、四川等地设厂,进口德国奔驰牌货车散装件,共组装 2 000 辆汽车。但直至全国解放,中国还未能建成一个汽车制造厂。

在汽车工业发展这一方面,我国起步要比世界其他汽车生产大国晚得多。我国汽车工业的发展大致经历了筹建、摸索和快速全面发展三个阶段。

(一) 筹建阶段

1950 年 2 月召开的全国机械工业会议第一次提出了我国汽车制造厂的建设问题。1953 年我国开始建设第一汽车制造厂。1953 年 7 月 15 日,举行了第一汽车制造厂奠基典礼。1956 年 10 月 15 日,经国务院批准,举行了第一汽车制造厂生产开工典礼,至此结束了我国不能制造汽车的历史。1958 年以后的几年时间里,出现了我国汽车发展史上的第一股热潮。1959 年开始生产红旗 CA770 型高级轿车,1968 年湖北十堰市第二汽车制造厂开始建设,1975 年开始生产东风 EQ240 越野载重汽车。



(二) 摸索阶段

这一阶段从 1960 年开始到 1980 年结束,以第二汽车制造厂和四川汽车制造厂的建设为主线,我国汽车工业的发展进入第二个飞跃阶段。到 1976 年,全国汽车厂家增加到 66 个,专用改装车厂增加到 166 个,其中上海汽车厂具备了年产 5 000 辆以上的小规模生产能力,一批零部件和附配件厂也得到快速发展。到 1979 年,我国汽车年产量已达到 19 万辆,形成了以载货车和越野车为主体的汽车产品体系。但由于这一阶段发展的汽车生产厂家的规模较小,技术水平较低,再加上汽车厂家分布较散,严重制约了企业的发展。

(三) 快速全面发展阶段

进入 20 世纪 80 年代之后,我国汽车工业有了快速全面的发展。汽车保有量和汽车生产方式都有了很大的提高。汽车产品结构也开始以中小型货车为主,轿车市场空白的局面慢慢转化成为载重货车基本满足市场需求而轿车的市场需求有所缓解的局面。到了 20 世纪 90 年代初,全国汽车年产量已超过百万辆。到 1998 年,全国汽车年产量达到世界第十位,其中轿车年产量位居世界第三位。各类车的产量比例正常,基本扭转了汽车工业发展初期的产品结构不合理现象。

加入 WTO 以来,世界六大汽车集团(通用、福特、丰田、大众、DC 戴-克、雷诺)和三大汽车公司(宝马、本田、标致-雪铁龙)相继以各种方式进入我国汽车市场。2000 年美国通用汽车公司总裁兼首席执行官瓦格纳到中国考察时预测:到 2025 年中国汽车市场将超过美国成为世界第一大汽车市场。专家称:加入 WTO 后,中国的汽车产销量出现了“井喷”现象。

三、我国汽车工业的现状与发展趋势

(一) 我国汽车工业的现状

加入 WTO 后,面对国际品牌汽车企业冲击和进口关税大幅度调整,中国的汽车行业发展虽然取得了较大成就,但也存在一些问题,如市场分割过于均匀、产品进出口结构不合理等。未来若能在开发自主品牌和研发新技术等方面多下工夫,中国仍有望发展成为汽车产业中心。

目前,我国汽车零部件工业已形成一定的基础,国际著名的汽车零部件企业几乎都在我国建立了合资或独资企业,部分劳动密集型、原材料型零部件,如水箱、车轮等已批量出口。

(二) 我国汽车工业发展存在的问题

我国汽车工业发展遗留的问题和加入 WTO 后面临的新挑战,主要表现在以下几个方面:

一是产业组织结构问题(即产业内企业的组成和相互关系)。我国各地区经济发展不平衡,某些地方政府采用地方保护主义使得业内企业竞争力不强。而入世后,中国市场逐渐和世界市场接轨,人们的生活水平提高,消费品位也受到国外诸多产品广告的影响,对一些国际知名品牌车偏好增加;合资企业也成为许多中资企业强而有力的替代品,一些国内老牌汽车企业资不抵债,存货积压。

二是产业空间结构问题。产业的发展存在一个集聚和扩展的过程,开始以集聚为



主,在市场机制的推动下,各种要素向中心地点集中,形成一个产业中心,再由产业中心带动周围企业的发展。我国的汽车行业形成于计划经济,缺乏市场调节,存在市场分割的现象,各地出于自己经济和政治利益各方面的考虑,都希望将汽车行业发展成自己的支柱产业之一,设立各种地方保护主义,干扰市场,使我国没有产业中心和核心企业。

三是规模经济问题。我国企业的分工多为按产品的种类分工,如分为客车制造厂、特种车辆制造厂等,零部件生产厂家仅仅围绕某个主机厂的配套产品进行生产,生产要素在不同种类汽车生产中流动较少,导致一定的效率和资源的浪费。

四是产业市场结构问题。我国的汽车出口比例小,且主要为劳动密集型产品,而一些精密零部件主要依赖进口;整车出口额很小。同时由于现在中国的技术投入不足,合资企业的成长能力更强。跨国公司希望借合资的名义回避关税,开拓中国市场,而中方期望“以市场换技术”。可时至今日,一些已经成立多年的合资汽车企业的核心零部件却依然完全依赖进口。

(三)我国汽车工业面临的机遇

汽车工业作为重工业的重要组成部分,面临空前的发展机遇。

我国国民经济的持续增长,人民生活水平的日益提高,拉动了汽车需求的增长。汽车生产企业为争夺市场而扩大生产规模,不断提高生产专业化程度,加快产品研发和技术改造,促进汽车工业的进步。

经济的发展,重工业化进程的起步,一方面使汽车产业组织结构日趋合理,另一方面能源问题的日益突出必将促使汽车节能技术产生飞跃。

工业应与经济、社会协调发展的观念日益深入人心,如环境污染问题将使汽车环保技术面临改善,同时,对汽车工业的低水平盲目投入也因此日益受到限制。

新技术革命浪潮风起云涌,尤其是电子技术和计算机技术极大地改变了人们的生活方式。这些新技术与汽车工业的结合日益紧密,极大地推动了汽车工业的技术变革。

良好的政策环境,如汽车消费政策鼓励私车消费,新的汽车产业政策限制对汽车工业的低水平盲目投入,有利于汽车工业的良性发展。

(四)我国汽车工业的发展趋势

1. 汽车技术发展方向

电子技术、开发新能源和新材料、节能和环保的研究等将是我国汽车技术发展的主要方向。

(1)电子技术。汽车上70%的创新来源于电子技术,未来汽车电子技术的发展将主要集中在动力总成、底盘控制、车身控制、主被动安全、汽车网络、通信系统及安全与防盗等方面,并呈现出功能多样化、技术一体化、系统集成化和通信网络化的特点。

(2)新能源开发。在世界范围内,混合动力驱动系统技术已经成熟,日本的汽车公司领先进入商业化生产,丰田和本田公司都有新型混合动力轿车投放市场;燃料电池技术发展迅速,特别是氢燃料电池技术已有所突破,许多概念车陆续出现;发动机的控制技术更为先进和复杂。

(3)新材料开发。“八五”末期,我国以桑塔纳为代表的几个引进轿车车型,虽然平均零部件国产化率高达60%~80%以上,但生产零部件的材料绝大部分依靠进口。材料的



性能、品种、数量、价格等因素直接影响并制约着汽车工业的发展速度和水平。要发展我国的轿车产业,迫切需要进行轿车新材料的技术开发。为此,国家拨款 5 750 万元,由科技攻关计划与“863”计划共同支持,进行轿车新材料的技术开发。科技攻关计划侧重近期目标,“863”计划侧重中、远期目标。

(4) 节能和环保。在节约燃料方面,经济型轿车将达到 100 Km 耗油 3L 的指标。2005 年德国已尝试生产 100 Km 耗油 1L 的轿车,这大大提高了汽车燃料的经济性。预计未来 10 年中,在技术上取得突破的主要是现代小型直喷柴油机。

2. 我国汽车工业的发展趋势

通过对我国汽车工业与世界汽车工业的比较,可以总结出我国汽车工业的发展趋势:

- (1) 整车厂规模化,整车生产知识单元化。
- (2) 零部件厂规模化、专业化,零部件生产标准化、知识单元化。
- (3) 汽车及零部件企业在研发上的投入将加大。
- (4) 汽车及零部件企业的生产日趋精益化、敏捷化,企业的管理日趋信息化、网络化。
- (5) 汽车整车与零部件企业间的协作关系有可能由一体化战略关系向类似日本的以合作为基础的转包模式逐步转变;汽车整车企业将采用“紧压式”管理,由一级配套厂帮助管理、协调二级和三级配套厂商。

四、国内外主要汽车生产厂家

汽车界公认,欧洲是世界汽车工业的发祥地,德国是汽车诞生地,美国是现代汽车工业的领头羊,美国、日本、欧洲主要发达国家占据着汽车工业的主导地位。美国是目前世界上生产汽车最多的国家之一,也是汽车保有量最多的国家,因而被世人誉为“捆在轮子上的国家”。2007 年以来,日本汽车年产量有超越美国跃居世界第一的趋势。

(一) 美洲地区

美洲地区以美国汽车工业为主,美国的三大汽车公司是通用汽车公司、福特汽车公司、克莱斯勒公司。

1. 通用汽车公司(美国)简介

通用汽车公司成立于 1908 年,简称“通用”,公司标志为“GM”,总部设在美国密执安州底特律市,是世界上最大的汽车生产厂家,是世界头号工业公司,创始人是威廉·杜兰特。该公司主要从事制造和销售轿车、载货车、客车及汽车零配件等业务。它一年的销售额达数千亿美元,比世界上许多国家的国民生产总值还高。通用公司汽车产量占世界汽车产量的 20%,在全球各地共有员工 170 多万人,在世界 53 个国家和地区共设有 60 多家制造和装配工厂。



知识链接

通用公司生产的轿车按生产厂家分为五大系列:豪华型的凯迪拉克、高档型的别克、中高档型的庞蒂克、中低档型奥兹莫比尔和雪佛兰。其中凯迪拉克是世界上最负盛名的豪华轿车之一,也是各国首脑和富豪们乘坐最多的轿车之一,美国总统的专车历来多为



特制的凯迪拉克防弹车,因此凯迪拉克也被称为“美国资本主义的象征”。

通用汽车公司拥有以下各国一些汽车厂家的股份:欧宝(OPEL,德国),萨博(SAAB,瑞典),大宇(DAEWOO,韩国),铃木(SUZUKI,日本),五十铃(ISUZU,日本),菲亚特(FIAT,意大利),富士重工(Fuji Heavy Industries Ltd,日本)。

通用汽车公司在我国持有股份的汽车整车制造企业有上海通用汽车有限公司,该公司成立于1997年6月12日;上汽通用五菱汽车股份有限公司,该公司是由上汽集团、通用汽车、五菱股份于2002年6月共同组建的合资公司,总投资9 960万美元,公司位于广西壮族自治区柳州市,是中国销量第二的微型车生产企业;上海通用北盛汽车有限公司位于辽宁省沈阳市,原来是金杯通用汽车有限公司,2004年3月,上汽集团、通用汽车中国公司和上海通用汽车重组金杯通用汽车。

2. 福特汽车公司(美国)简介

福特(Ford)汽车公司由亨利·福特创建于1903年,简称“福特”,是美国第二大汽车公司,是仅次于通用的世界第二大汽车制造商,公司总部设在美国密执安州迪尔伯恩,拥有职工总数达37万人。福特汽车公司在美国本土拥有44个制造厂、18个装配厂、13个工程研究机构及2个汽车试验场,在国外6个国家和地区设有25个制造厂和装配厂等。

福特公司轿车分为三大系列:豪华型的林肯牌、准豪华型的水星牌、多样的福特牌。

福特汽车公司的生产厂家主要有福特部、林肯部、水星部等。

福特汽车公司拥有以下各国一些汽车厂家的股份:马自达(MAZDA,日本),沃尔沃(VOLVO,瑞典),路虎(LANDROVER,英国),阿斯顿·马丁(Aston Martin,英国)。

福特汽车公司在中国的历史可追溯到1913年,当时第一批T型车销售到中国。目前,福特汽车公司在我国与重庆长安汽车集团公司共同组建了长安福特汽车有限公司,另外还占有江西江铃汽车股份有限公司约30%的股份。

3. 克莱斯勒汽车公司简介

克莱斯勒公司简称“克莱斯勒”,创立于1920年,公司总部设在美国密歇根州的海兰公园,该公司在全世界许多国家设有子公司,是一个跨国汽车公司,雇员约13万人,在美国有8家汽车装配厂、36家整车及零部件厂。

克莱斯勒的生产厂家主要有克莱斯勒部、道奇部、顺风部、吉普部等。

克莱斯勒汽车公司还拥有其他国家一些汽车厂家的股份,包括三菱(日本)、现代(韩国)、起亚(韩国)等。

克莱斯勒汽车公司在我国与北京汽车工业控股有限责任公司合资建立北京吉普汽车有限公司,生产切诺基等车型。

(二) 欧洲地区

欧洲地区最著名的汽车生产国是德国。德国是世界上著名的汽车生产大国,也是世界汽车工业的鼻祖。世界上第一辆汽车就是1886年由德国工程师卡尔·本茨制造的。德国汽车产品以工艺精细、质量优良著称。德国高档轿车,如奔驰、巴依尔是权势和地位的象征,低档车,如大众公司的“大众”牌(亦叫“甲壳虫”)颇受低收入家庭欢迎。

1. 戴姆勒-奔驰股份公司(德国)简介

1988年戴姆勒汽车公司和奔驰汽车公司为了避免在日益增大的汽车工业中互相排