

The Practice of Automobile  
Marketing Management

# 汽车营销实务

► 栾志强 张红 主编



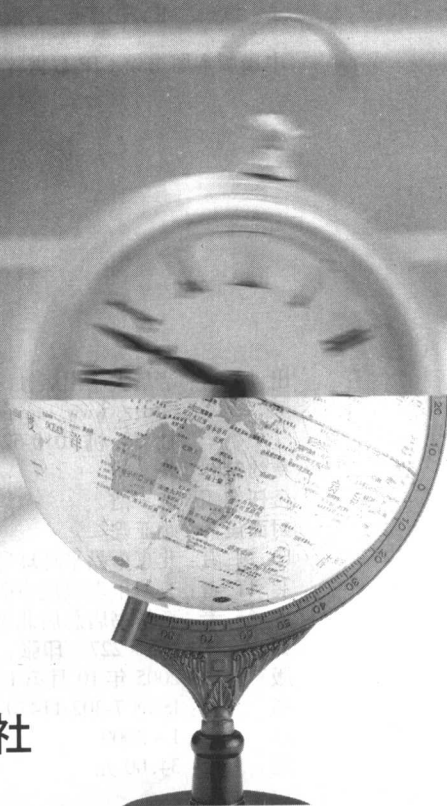
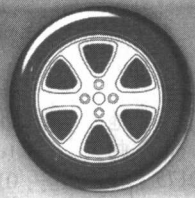
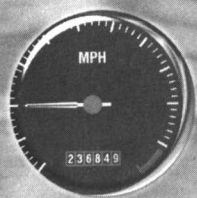
清华大学出版社



The Practice of Automobile  
Marketing Management

# 汽车营销实务

► 栾志强 张红 主编



清华大学出版社

北 京

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

#### 图书在版编目(CIP)数据

汽车营销实务/栾志强,张红主编. —北京:清华大学出版社,2005. 10

ISBN 7-302-11470-6

I. 汽… II. ①栾… ②张… III. 汽车—市场营销学 IV. F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 086934 号

出版者:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

社总机:010-62770175 客户服务:010-62776969

特约策划:张 景

责任编辑:曾 洁

封面设计:姚亚妮

印刷者:北京市昌平环球印刷厂

装订者:三河市李旗庄少明装订厂

发行者:新华书店总店北京发行所

开 本:165×227 印张:20.5 字数:325 千字

版 次:2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-11470-6/F·1305

印 数:1~3000

定 价:34.00 元



## 编写人员

主 编：栾志强 张 红

参编人员：江发潮 黄韶炯

张 翼 陈明海

张普光 李 旻

# PREFACE

# 前言

近年来,汽车正以前所未有的速度在我国普及和发展,汽车的生产和营销对我国国民经济的影响作用越来越大,汽车行业的从业人员也越来越多。在汽车营销的从业人员当中,有从事汽车进出口、汽车保险、二手车交易、汽车售后服务、汽车维修、企业营销管理等多方面工作的人员,他们的工作对汽车产业的发展有着举足轻重的作用。

本书主要针对汽车营销从业人员编写,共8章,内容包括国内外汽车产业发展概况、汽车贸易、二手车交易、汽车保险与理赔、汽车售后服务、汽车物流供应链管理、汽车销售队伍的管理、汽车品牌的营销管理等。书中的每一章都是一个相对独立的专题,内容的编写尽量以所涉及主题的国内外历史与现状为起点,宏观介绍相关的知识,逐步深入到营销管理的主要内容与方法。本书突出实务特点,力争做到具有一定的可操作性,既可以为汽车营销从业人员提供理论指导,又可以学到具体的操作方法,丰富从业人员的知识,扩大从业人员对相关领域的了解。

本书摘录了一些常用的国家法规,便于读者查询;本书还引用了一些文摘,选自各种报纸、期刊、书籍、网站等,编者对部分原文作了一定的删减和少许的改动,为了尊重原作者,本书尽可能将文摘的作者、出处等一并列出,在此谨向所有原作者表示衷心的感谢。

本书适合汽车营销从业人员和关心汽车营销的社会各界人士阅读,由于书中很多内容也涉及到车主,如二手车交易、汽车保险与理赔、汽车售后服务等,所以本书也适合车主阅读。本书还适用于在校的交通运输工程、车辆工程等相关专业的本科生,汽车营销、汽车维修等专业的高职学生作为教材或教学参考书。

本书的第1章由黄韶炯、栾志强、张翼编写;第2章由江发潮、栾志

强、李旸编写；第3章由张红、张翼编写；第4章由江发潮、张红、张普光编写；第5章由张红、张翼、陈明海编写；第6章由栾志强、张翼编写；第7章和第8章由栾志强、张红、陈明海编写。本书由栾志强和张红担任主编。

由于编者水平有限，书中可能会有错误和不妥之处，恳请读者和业内专家批评指正。

编者

2005年4月

# C

## CONTENTS

# 目 录

|                                |            |
|--------------------------------|------------|
| <b>第 1 章 国内外汽车产业发展概况 .....</b> | <b>1</b>   |
| 1.1 国际汽车产业发展概况 .....           | 1          |
| 1.2 国内汽车产业发展概况 .....           | 16         |
| 参考文献 .....                     | 34         |
| <b>第 2 章 汽车贸易 .....</b>        | <b>36</b>  |
| 2.1 汽车贸易概述 .....               | 36         |
| 2.2 品质和数量 .....                | 41         |
| 2.3 汽车贸易的价格 .....              | 48         |
| 2.4 汽车贸易货物运输、包装和保险 .....       | 58         |
| 2.5 汽车贸易的支付 .....              | 68         |
| 2.6 检验、索赔、不可抗力和仲裁 .....        | 73         |
| 参考文献 .....                     | 80         |
| <b>第 3 章 二手车交易 .....</b>       | <b>82</b>  |
| 3.1 国内外二手车市场的对比与分析 .....       | 82         |
| 3.2 汽车的识别与技术状态的检查 .....        | 92         |
| 3.3 评估二手车价格 .....              | 114        |
| 3.4 二手车的交易 .....               | 123        |
| 参考文献 .....                     | 133        |
| <b>第 4 章 汽车保险与理赔 .....</b>     | <b>134</b> |
| 4.1 汽车保险概述 .....               | 134        |
| 4.2 汽车保险的险种 .....              | 143        |
| 4.3 汽车保险的投保 .....              | 151        |
| 4.4 汽车保险的理赔 .....              | 164        |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| 参考文献 .....                   | 174        |
| <b>第 5 章 汽车售后服务 .....</b>    | <b>175</b> |
| 5.1 国内外汽车售后服务的对比分析 .....     | 175        |
| 5.2 汽车生产商的售后服务 .....         | 185        |
| 5.3 汽车经销商和维修公司的售后服务 .....    | 192        |
| 5.4 汽车产品质量管理与召回 .....        | 204        |
| 参考文献 .....                   | 211        |
| <b>第 6 章 汽车物流供应链管理 .....</b> | <b>212</b> |
| 6.1 物流供应链管理的概念与意义 .....      | 213        |
| 6.2 汽车物流供应链管理的设计和规划 .....    | 228        |
| 参考文献 .....                   | 251        |
| <b>第 7 章 汽车销售队伍的管理 .....</b> | <b>253</b> |
| 7.1 汽车销售人员的招聘 .....          | 253        |
| 7.2 汽车销售人员的素质与培训 .....       | 262        |
| 7.3 汽车销售队伍的组织管理 .....        | 271        |
| 参考文献 .....                   | 284        |
| <b>第 8 章 汽车品牌的营销管理 .....</b> | <b>285</b> |
| 8.1 品牌的基本概念 .....            | 286        |
| 8.2 汽车品牌的定位与命名 .....         | 299        |
| 8.3 汽车品牌的管理 .....            | 306        |
| 参考文献 .....                   | 318        |

# 第 1 章

## 国内外汽车产业发展概况

1886 年 1 月 26 日德国人本茨的二冲程汽油机三  
轮汽车获得发明专利，标志着汽车的诞生。1953 年  
世界汽车年产量突破 1 000 万辆大关。1969 年世界汽  
车年产量再破 3 000 万辆大关。今天，地球上拥有 54  
亿人口和 5 亿辆汽车，其中 1 亿辆商用汽车，4 亿辆  
私人轿车。

我国汽车工业经过半个世纪的发展，现已形成产品门类齐全，产品质  
量和技术具有一定水平，企业实力迅速提升的良好局面。随着今后更加  
快速、持续和健康的发展，汽车工业将成为我国国民经济的支柱产业。

### 1.1 国际汽车产业发展概况

自 19 世纪 80 年代中期以来，汽车的诞生使世界的面貌和人类的生  
活方式发生了很大的改变，大大地促进了人类文明的发展。汽车工业作  
为一种综合性加工产业，在其生产过程中，涉及冶金、橡胶、化工、机械制  
造、电子、纺织、材料等一系列加工工业；在汽车产品的流通、使用中，又  
涉及到运输、商业、保险、维修等众多第三产业。据有关部门统计，汽车从  
生产加工到流通、使用的整个过程中，涉及 34 个相关行业。国际上公认，  
汽车产业的发展可以带动众多相关产业的发展，对整个国际经济起着巨  
大的推动作用。

随着汽车性能的不断改善、生产方式的不断进步，汽车已成为人们生  
产、生活中必不可少的工具和用品。它可连接空运、水运和铁路运输，实

现门对门运输；它可缩短时空，极大地提高人们的工作效率；它还极大地改善了人们的生活质量。发展汽车工业可促进一个国家的工业化进程，促进产业结构升级。汽车产业状况反映了一个国家现代化的水平。因此，发达国家均把汽车工业作为重要的战略产业发展，它是国民经济的重要组成部分，汽车也成为最重要的进出口产品之一。

### 1.1.1 世界汽车工业发展的几个阶段

世界汽车工业的发展已经有 100 多年的历史，发展历程大致可以分为 4 个阶段。

#### 1. 汽车发明前期

早在 1769 年，法国人古诺(N. J. Cugnot, 1725—1804)研制了第一辆蒸汽驱动的三轮汽车。此后法国人兰诺尔(Eciencie Lenoir, 1822—1900)在 1860 年首次发明了内燃机。德国人奥托(Nikolaus August Otto, 1832—1891)于 1876 年成功研制出了四冲程内燃机。这些技术为汽车的诞生奠定了基础。

#### 2. 汽车的诞生与手工生产阶段

1885 年，德国人卡尔·本茨(Karl Benz, 1854—1929)制成了第一辆装有单缸二冲程内燃机的三轮汽车。另一位德国人戴姆勒(Gotlieb Daimler, 1834—1900)也于 1885 年研制出第一辆装有四冲程汽油机的四轮汽车，该车具有现代汽车的基本布置形式。后来人们便将 1886 年 1 月 26 日——本茨获得汽车发明专利的日子作为汽车的诞生日，并将 1886 年定为汽车元年。同时，本茨和戴姆勒被公认为汽车之父。

汽车问世后的前 20 年，汽车工业的重心在欧洲，采用手工方式生产，并使汽车产品具有了基本的使用功能。但这期间，汽车生产成本很高，价格也很高，仅限于社会上层人物使用，汽车被看作是奢侈品。在这一时期汽车工业整体上还很弱小。

#### 3. 汽车的大量生产阶段

1908 年福特汽车公司开始生产并销售福特 T 型车，至 1927 年短短的 19 年间，福特公司共生产销售了 1 600 多万辆汽车，在历史上曾创造了汽车工业之最。福特的成功得益于 1913 年发明的流水装配线，由此开创了大批量生产方式，并使汽车制造成为一种新型工业。其间，世界汽车工



业的重心也从欧洲转移到了美国。成立于1908年的美国通用汽车公司,在20世纪20年代斯隆(A. P. Sloan, 1875—1966)出任总裁之后,敏锐地发现了市场需求的变化,以自己的实践创立了汽车市场营销学。斯隆强调产品的系列化、多品种,通过不断更换车型来刺激消费者的欲望,并组织专业化生产。他的出色领导才能使通用汽车公司的汽车产量在1926年首次超过福特公司,之后其产量在很长一段时间内处于世界汽车工业的首位。

#### 4. 汽车的精益生产阶段

20世纪50年代中期,日本汽车工业改变以装配美国汽车为主的状况,通过技术引进和技术革新,具备了自主开发的能力。战后的1950年至1951年,市场对汽车的需要量急剧下降,丰田新一代领导人(丰田喜一郎)当时就意识到应该研究出一种在多品牌、小批量的生产条件下降低成本的生产方法。以“准时化”和“自动化”为特征的丰田生产方式,被西方学者称为“精益生产方式”,它旨在“运用多种现代管理方法和手段,从社会需要为依据,以充分发挥人的作用为根本,有效配置和合理使用企业资源,最大限度地为企业谋求经济效益”。精益生产方式是一种现代化的生产方式,广泛渗透到世界范围内的许多领域,发挥着它的作用。

当欧美追求大型豪华汽车时,日本人则重视汽车的小型化、经济化,并以此为突破口,成功地冲击了欧美的汽车工业,使日本汽车工业后来居上。欧美汽车工业面对这种态势,一方面加强同日本汽车工业的合作;另一方面加强内部合作以组织反击,形成了汽车工业的国际性竞争。

作者:裘瑜 吴霖生 汽车营销实务 上海交通大学出版社 2002年

这个阶段大约始于20世纪60年代,以日本丰田生产方式的创立为标志,依靠东方人特有的勤劳和智慧创造了精益生产方式。至80年代,日本汽车工业的成功,掀起了世界汽车工业的第三个高潮。在20世纪90年代,世界汽车工业在产业结构上加快了国际化进程。许多新技术都首先在汽车上得到了运用,汽车成为高新技术的载体。而且,随着人类环境意识的加强,对汽车造成的废气污染、噪声污染、旧车回收、燃油经济性等提出了新的要求,也迫使企业开发新能源、新材料,生产高效能、低排放的汽车。

### 1.1.2 世界汽车市场概况

世界汽车市场是指各国或各地区之间汽车产品交易的场所,并通过国际贸易把各国国内市场联结起来的整体,还包括国际汽车工业之间在金融、投资、技术等方面的合作与贸易等。所以这个市场已经不仅仅局限于具体的交易场所,交易的实现突破了时间、空间的限制,人们可以在任何时间和任何地点达成交易,实现汽车商品的交换。世界汽车市场演变为各种交换关系的总和。

根据统计,全球范围内的新车销售量将从 1998 年的 5 060 万辆上升到 2005 年的 5 720 万辆,这是按照 2% 的综合年增长率计算得出的结果。这个增长速度在不同国家和地区之间存在着较大的差别。据估计,除日本之外的亚洲市场,年增长率将超过 10%。其他快速增长的市场还有俄罗斯、哥伦比亚、匈牙利、智利,这些国家汽车市场容量的年平均增长率都在 5% 以上。增长率在世界平均增长水平之上的发展中国家还有阿根廷、波兰、巴西、希腊和委内瑞拉,这些国家的年增长率都有望超过 2.5%。

美国、日本和西欧是世界三个最大的经济实体,也是三个最大的传统汽车消费市场,它们在 1998 年的世界总销售量中占 79%。据推测,1998—2005 年,日本的年增长率不足 2%;北美地区的年增长率仅为 0.9%;西欧地区综合年增长率估计在 0.7% 左右。世界各地区新注册汽车量如表 1.1.1 所示。

表 1.1.1 世界各地区新注册汽车量

10<sup>3</sup> 辆

| 国家或地区<br>年 份 | 西欧     | 北美     | 南美    | 日本    | 亚洲(不含日本) | 东欧    | 其他    | 合计     | 年变化率/% |
|--------------|--------|--------|-------|-------|----------|-------|-------|--------|--------|
| 1995 年       | 13 464 | 16 469 | 1 898 | 6 848 | 3 267    | 1 533 | 4 763 | 48 242 |        |
| 1996 年       | 14 507 | 16 967 | 1 938 | 7 061 | 3 533    | 1 729 | 5 176 | 50 911 | 5.5    |
| 1997 年       | 15 143 | 17 421 | 2 215 | 6 709 | 3 599    | 1 906 | 5 121 | 52 114 | 2.4    |
| 1998 年       | 16 221 | 18 070 | 1 768 | 5 863 | 2 468    | 1 820 | 4 371 | 50 581 | -2.9   |
| 1999 年       | 15 952 | 17 470 | 1 223 | 6 104 | 2 813    | 1 510 | 4 505 | 49 577 | -2.0   |
| 2000 年       | 14 735 | 16 779 | 1 472 | 6 416 | 3 108    | 1 580 | 4 680 | 48 770 | -1.6   |
| 2001 年       | 14 245 | 17 234 | 1 760 | 6 627 | 3 166    | 1 655 | 4 988 | 49 675 | 1.9    |



续表

| 国家或地区<br>年 份 | 西欧     | 北美     | 南美    | 日本    | 亚洲(不含日本) | 东欧    | 其他    | 合计     | 年变化率/% |
|--------------|--------|--------|-------|-------|----------|-------|-------|--------|--------|
| 2002 年       | 14 685 | 17 737 | 2 045 | 6 811 | 3 554    | 1 867 | 5 249 | 51 948 | 4.6    |
| 2003 年       | 15 219 | 18 492 | 2 236 | 6 889 | 4 063    | 2 150 | 5 483 | 54 532 | 5.0    |
| 2004 年       | 15 594 | 19 102 | 2 440 | 6 766 | 4 430    | 2 440 | 5 683 | 56 455 | 3.5    |
| 2005 年       | 15 449 | 19 301 | 2 476 | 6 688 | 4 731    | 2 787 | 5 790 | 57 222 | 1.4    |

注：① 不包括客车。

② 1995—1997 年的数据是实际数据；1998 年的数据中部分为估算值；其余均为预测值。

③ 摘自中国汽车工业信息网，2004 年 11 月 29 日。

近些年来，发展中国家汽车工业也有较大的发展，如以巴西为主的南美地区、东欧地区、以中国和泰国为主的东南亚地区等，这些地区的许多国家也都视汽车工业为提升工业化水平、促进国民经济发展的战略性新兴产业。

2001 年初，全世界汽车保有量约 7.5 亿辆。世界平均每 8 人拥有 1 辆汽车，发达国家平均每 2 人拥有 1 辆汽车。美国是世界上拥有汽车最多的国家，2000 年底约拥有 2.2 亿辆。全世界汽车市场容量过剩 20% 以上。特别是发达国家，汽车产量、销售量，主要以汽车更新为主，占年销售量的 70% 以上，新增汽车需求不到 30%。所以，世界各大汽车公司都在争夺汽车市场，尤其以发展中国家的汽车市场为主要争夺焦点之一。

据国际汽车制造商协会(OICA)统计数据表明，2003 年全球生产汽车 6 065.8 万辆，比 2002 年增长 2.9% (见表 1.1.2)。我国 2003 年汽车产量约 444.4 万辆，比 2002 年增长 35%，排在美国、日本、德国之后居世界第四位，其中我国大客车和重型载货汽车的产量分别以 51.67 万辆(见表 1.1.3)和 108.7 万辆(见表 1.1.4)居世界第一，乘用车产量以 201.9 万辆(见表 1.1.5)居世界第七位。

表 1.1.2 2003 年全球汽车产量前 15 位的国家 辆

| 序号 | 国别  | 产量         | 同比增长<br>/% | 序号 | 国别  | 产量        | 同比增长<br>/% |
|----|-----|------------|------------|----|-----|-----------|------------|
| 1  | 美 国 | 12 077 726 | -2         | 3  | 德 国 | 5 506 629 | 1          |
| 2  | 日 本 | 10 286 318 | 0          | 4  | 中 国 | 4 443 686 | 35         |

续表

| 序号 | 国别  | 产量        | 同比增长<br>/% | 序号     | 国别  | 产量         | 同比增长<br>/% |
|----|-----|-----------|------------|--------|-----|------------|------------|
| 5  | 法国  | 3 620 056 | -2         | 11     | 墨西哥 | 1 585 914  | -12        |
| 6  | 韩国  | 3 177 870 | 1          | 12     | 意大利 | 1 321 631  | -7         |
| 7  | 西班牙 | 3 029 690 | 6          | 13     | 俄罗斯 | 1 279 663  | 5          |
| 8  | 加拿大 | 2 546 124 | -3         | 14     | 印度  | 1 160 525  | 30         |
| 9  | 英国  | 1 846 429 | 1          | 15     | 比利时 | 904 383    | -14        |
| 10 | 巴西  | 1 827 038 | 2          | 全球汽车产量 |     | 60 658 136 | 2.9        |

表 1.1.3 2003 年大客车产量前 10 位的国家

辆

| 序号      | 国别  | 产量      | 同比增长/% |
|---------|-----|---------|--------|
| 1       | 中国  | 516 700 | 25     |
| 2       | 巴西  | 26 990  | 18     |
| 3       | 俄罗斯 | 17 224  | 9      |
| 4       | 韩国  | 16 345  | -10    |
| 5       | 日本  | 11 406  | 2      |
| 6       | 德国  | 10 423  | 7      |
| 7       | 瑞典  | 8 050   | -3     |
| 8       | 比利时 | 5 458   | 25     |
| 9       | 荷兰  | 5 147   |        |
| 10      | 土耳其 | 4 490   | 67     |
| 全球大客车产量 |     | 644 744 | 21.7   |

表 1.1.4 2003 年重型载货汽车产量前 15 位的国家

辆

| 序号 | 国别    | 产量        | 同比增长<br>/% | 序号             | 国别  | 产量        | 同比增长<br>/% |
|----|-------|-----------|------------|----------------|-----|-----------|------------|
| 1  | 中国    | 1 087 000 | 12         | 9              | 墨西哥 | 52 994    | -1         |
| 2  | 日本    | 772 927   | 14         | 10             | 荷兰  | 50 654    | 7          |
| 3  | 美国    | 250 753   | -4         | 11             | 法国  | 46 049    | -3         |
| 4  | 德国    | 163 248   | 3          | 12             | 俄罗斯 | 36 668    | 4          |
| 5  | 印度    | 153 513   | 38         | 13             | 意大利 | 36 452    | -7         |
| 6  | 巴西    | 78 938    | 15         | 14             | 瑞典  | 34 588    | 16         |
| 7  | 西班牙   | 62 527    | -6         | 15             | 韩国  | 34 171    | 3          |
| 8  | 印度尼西亚 | 56 681    | 12         | 全球重型载<br>货汽车产量 |     | 3 103 727 | 9.9        |



表 1.1.5 2002—2003 年全球乘用车产量前 15 位的国家 辆

| 序号 | 国别  | 2003 年    | 2002 年    | 序号      | 国别  | 2003 年     | 2002 年     |
|----|-----|-----------|-----------|---------|-----|------------|------------|
| 1  | 日 本 | 8 478 328 | 8 618 354 | 9       | 巴 西 | 1 504 998  | 1 520 285  |
| 2  | 德 国 | 5 145 403 | 5 123 238 | 10      | 加拿大 | 1 339 607  | 1 369 042  |
| 3  | 美 国 | 4 509 565 | 5 018 777 | 11      | 意大利 | 1 026 454  | 1 125 769  |
| 4  | 法 国 | 3 220 329 | 3 219 797 | 12      | 俄罗斯 | 1 010 436  | 980 061    |
| 5  | 韩 国 | 2 767 716 | 2 651 273 | 13      | 印 度 | 906 851    | 703 948    |
| 6  | 西班牙 | 2 399 238 | 2 266 902 | 14      | 比利时 | 791 703    | 936 903    |
| 7  | 中 国 | 2 018 875 | 1 101 696 | 15      | 墨西哥 | 780 819    | 960 097    |
| 8  | 英 国 | 1 657 558 | 1 629 934 | 全球乘用车产量 |     | 42 117 063 | 41 374 981 |

注：表 1.1.2～表 1.1.5 均摘自 2004 年《中国汽车工业年鉴》。

随着经济全球化的发展,各主要跨国汽车公司,为了降低开发、生产、销售和服务的成本,纷纷剥离非主体部门,精干主业,大搞联合兼并。汽车工业世界范围内的联合重组,是世界经济全球化的重要组成部分,也是极其重要的标志,在世界范围内配置资源是其主要表现形式。据有关部门预测,在不久的将来,只有年产量超过 400 万辆的 5~6 家跨国公司,才有希望参与世界范围内的竞争。

近年来世界汽车市场的特点如下。

(1) 轿车占据国际汽车市场的主导地位,但主要汽车生产国的汽车市场表现出明显的买方市场特征,市场趋于饱和。2002 年轿车销量前 15 位的国家如表 1.1.6 所示。有关统计资料表明,在国际汽车市场中轿车

表 1.1.6 2002 年轿车销量前 15 位的国家 辆

| 序 号 | 国 别 | 销 量       | 同比增长<br>/% | 序 号    | 国 别 | 销 量        | 同比增长<br>/% |
|-----|-----|-----------|------------|--------|-----|------------|------------|
| 1   | 日 本 | 8 618 728 | 6          | 9      | 加拿大 | 1 369 003  | 7          |
| 2   | 德 国 | 5 123 238 | -3         | 10     | 意大利 | 1 125 768  | -11        |
| 3   | 美 国 | 5 016 306 | 3          | 11     | 中 国 | 1 090 820  | 55         |
| 4   | 法 国 | 3 283 775 | 3          | 12     | 俄罗斯 | 980 736    | -4         |
| 5   | 韩 国 | 2 651 273 | 7          | 13     | 墨西哥 | 960 896    | -4         |
| 6   | 西班牙 | 2 266 902 | 3          | 14     | 比利时 | 936 903    | -12        |
| 7   | 英 国 | 1 628 020 | 9          | 15     | 印 度 | 706 061    | 8          |
| 8   | 巴 西 | 1 521 431 | 1          | 全球轿车销量 |     | 41 012 584 | 3.2        |

占 72%~73% 的市场份额,商用汽车不足 30%。有些国家的汽车市场轿车的份额更高,有的甚至维持在 90% 以上,如德国、法国等。美国汽车市场,轿车占 60% 以上。而中国汽车市场,在 20 世纪 90 年代初期,轿车仅占 17%。由此可见,中国轿车工业还比较落后。2001—2002 年全球汽车销量排名前 15 位的国家如表 1.1.7 所示。

表 1.1.7 2001—2002 年全球汽车销量前 15 位的国家 辆

| 序 号 | 国 别 | 2001 年     | 2002 年     | 序 号 | 国 别  | 2001 年    | 2002 年    |
|-----|-----|------------|------------|-----|------|-----------|-----------|
| 1   | 美 国 | 17 472 378 | 17 138 652 | 9   | 韩 国  | 1 451 450 | 1 622 268 |
| 2   | 日 本 | 5 906 471  | 5 792 094  | 10  | 巴 西  | 1 601 312 | 1 487 647 |
| 3   | 德 国 | 3 638 319  | 3 523 465  | 11  | 俄罗斯  | 1 266 711 | 1 220 426 |
| 4   | 中 国 | 2 371 089  | 3 248 058  | 12  | 印 度  | 874 496   | —         |
| 5   | 英 国 | 2 772 186  | 2 885 843  | 13  | 澳大利亚 | 775 681   | 824 309   |
| 6   | 法 国 | 2 750 395  | 2 715 669  | 14  | 荷 兰  | 630 114   | 6 051 879 |
| 7   | 意大利 | 2 690 518  | 2 572 179  | 15  | 比利时  | 556 845   | 524 465   |
| 8   | 西班牙 | 1 751 198  | 1 637 779  |     |      |           |           |

(2) 传统汽车生产大国在国际汽车市场上的地位缓慢下降,而一些发展中国家的地位正稳步提高。但总的来看,国际汽车市场在多个层次上,表现出“三足鼎立”之势,世界汽车出口格局没有改变。从地区范围上看,国际汽车市场主要集中在西欧、北美、亚洲(日本、韩国)3 个地区,容纳了全世界 70% 的汽车市场;从各国产销情况看,世界汽车市场一直表现为美国、日本、德国三分天下之势。自 20 世纪 80 年代以来,汽车年出口量超过 20 万辆的国家有 10 个,日、德、法 3 国的汽车出口,始终居于前三位,年出口量均在 200 万辆以上。据统计,世界最大的汽车进口国是美国。在世界汽车进出口贸易中,美国是“小出大进”,日本、韩国则是“大出小进”,欧洲共同体则介于上述两者之间“大出大进”。

(3) 汽车生产的全球化。汽车生产的全球化是同跨国公司的全球战略分不开的,包括汽车开发的全球化、采购的全球化、制造的全球化、销售的全球化、售后服务的全球化。其宗旨是优化资源配置,降低生产经营成本,增强在全球的竞争能力。表面上看,是在世界各地发生的活动,但是实际上这都是一些集团内部的商业活动。主要表现为:生产活动全球一



体化,传统的经济分工正变成世界性的分工;世界多边贸易体制形成,国际贸易趋同化;金融国际化进程大大加快;跨国公司作用进一步增强,逐步取代国家市场而成为国际经济活动的中心;经贸人才国际化。

(4) 竞争、兼并、联合的局面日趋明显。1964年,全世界独立的较大规模的汽车公司有52家,到1980年减少为30家,而在新的世纪开始的时候,形成了“六加三”的格局,即通用汽车、福特、戴姆勒-克莱斯勒、大众、丰田、雷诺-日产六大集团和本田、宝马、标致三大独立公司。

20世纪90年代,全球汽车工业联合重组的特点如下:

① 跨国界的重组与联合,如通用集团麾下有日本的五十铃、铃木、富士重工,有意大利的菲亚特,有瑞典的沃尔沃,有韩国的大宇等。

② 兼并的主体是美国和德国汽车工业集团,它们具有强大的经济技术实力,昔日曾经辉煌一时的英国汽车工业、日本汽车工业、韩国汽车工业、意大利汽车工业,除丰田、本田等少数企业外,基本为美、德汽车工业囊括。

③ 兼并集中在庞大规模的跨国公司之间,重组规模之大,超过以往任何时期。20世纪90年代初,建设规模百万辆的汽车集团还是一个谈论的话题,而21世纪初六大汽车集团的规模都在400万辆以上,通用集团甚至达到了1300万辆,占全球汽车年产量的20%以上。戴姆勒与克莱斯勒的兼并交易额达到400亿美元,创造了汽车行业兼并额的空前记录。

目前,这种联合改组的进程仍在继续,新的联合体已经开始显现出庞大的身躯,新一轮的联合改组将具有两大特点:一是具有战略联盟性质,二是以新的能源技术为核心,如通用-丰田-埃克森联盟体(生产规模将超过2000万辆,占世界汽车产量的1/3)、戴姆勒-福特-巴拉特联盟体、宝马-雷诺-德尔福联盟体。

(5) 新的汽车生产方式开始形成。在汽车大规模生产中,用户处于价值链的末端,企业生产什么就买什么;而在大规模定制生产中,用户处于价值链的最前端,企业要按订单而不是按预测来生产,而且定制的速度越来越快。目前国外汽车工业已经广泛采用平台化战略、模块化生产、全球采购等方式。平台化战略实际上是将汽车的单车型开发转向系列化、多样化、共用化的开发,如大众集团以A0级(如路波)、A级(如高尔夫)、