

第1章 世界汽车制造商的竞争产品定位

- 1. 特集：通用、克莱斯勒破产导致业界格局变动，新兴国家战略及环保战略促成新的合作 2
- 2. 世界汽车制造商的业绩及经营战略比较 10
- 3. 世界汽车制造商的产量排序 24
- 4. 世界汽车制造商的销量排序 32

第2章 北美汽车制造商

- 通用：经历破产重组，新通用在北美构建4大品牌体制并更新组织人事 43
- 欧洲通用：撤销出售Opel，为摆脱赤字亟需减轻财政负担及大规模精简机构 55
- 福特：在“One Ford”的口号下确立全球研发体制，强化产品力求重建经营 59
- 欧洲福特：欧洲销量回升带动业绩改善，将吉利作为Volvo Cars的优先竞购方 69
- 克莱斯勒：增加基于Fiat的小型产品，力争到2014年使全球销量重回280万辆 73
- Navistar：终止为福特配套的发动机事业，开展北美外新合作力图扩大事业 83
- PACCAR Gr.：加强新兴国家事业并积极应对欧美环保标准，以此推动事业成长 87

第3章 欧洲汽车制造商

- 大众：为实现全球销售800万辆的2011年集团目标，加快扩充产品阵容和开展全球事业 93
- 戴姆勒：乘用车全方位着手降低油耗技术，货车在精简发达国家机构的同时加强新兴国家事业 103
- 宝马：为实现到2020年全球销售200万辆的目标，扩大与其他汽车制造商的合作来改善盈利能力 113
- 奥迪：为实现到2015年全球销售150万辆的目标，加强技术及产品、扩大新兴市场事业 123
- 保时捷：受制于资金不足收购大众计划破产，更换经营班子力争2011年与大众整合经营 129
- 标致雪铁龙：2009年6月启动新的经营体制，如何加强欧洲以外地区业务值得关注 133
- 雷诺：放弃2009年预期目标和削减成本加强经营基础，积极备战电动汽车 143
- 菲亚特：收购克莱斯勒加速开展全球事业，如何压缩负债值得关注 153
- 西亚特：投放高端车型、加强西欧以外地区事业，力争到2018年实现80万辆的全球销量 163
- 斯柯达：为到2010年形成全球80万辆生产规模，着力强化产品和增强新兴国家产能 167
- 沃尔沃集团：2009年业绩加速恶化，为应对2010年以后的业绩回升，加快研发环保技术 171
- 依维柯：在全球商用车需求低迷导致业绩恶化的背景下，加强海外事业和推动低公害车开发 175
- 曼恩：通过合作及收购扩大海外事业，力争实现全球11万辆的销售目标 179
- 斯堪尼亚：为实现15万辆的全球中期销售目标，加强西欧以外地区事业 183

第4章 亚洲汽车制造商

- 丰田：在新社长带领下力争实现由产品主导的业绩回升，关键在于2010年以后能否顺利实施EFC 189
- 日产：“日产GT2012”计划中断，凭借产品质量及零排放车力争成为业界领袖 199
- 本田：汽车经营资源集中于HV和小型车，加强摩托车事业以期支撑业绩 209
- 铃木：为应对市场急剧萧条的局面，调整设备投资和推进削减成本 221
- 马自达：坚持由商品主导的销售战略，力图加强环保技术研发 231
- 三菱汽车：在业绩恶化的背景下继续削减成本，加快向EV事业投资 237
- 大发：伴随世界范围内小型车需求增长的形势，进一步加强开发低油耗、低价格的小型车 243
- 富士重：面临经济环境的恶化，加大与丰田的合作扩大互补效应 249
- 五十铃：在削减采购及生产成本维持收益的同时，通过发展中南美事业等措施备战今后竞争 255
- 三菱扶桑：为应对经营环境的恶化，提高旗下基地的产能利用率及推进与戴姆勒共享零部件 261
- 日野：面临市场低迷仍维持由海外事业主导的发展战略，2009年启动在墨西哥和中国的当地生产事业 265
- 日产柴：为扩大与Volvo的互补效应，加强双方在开发、采购及海外销售上的合作 269
- 现代汽车集团：为实现到2013年全球生产650万辆的集团目标，增加在欧美及新兴国家的产能、加快投放环保战略车型 273
- 起亚：为实现到2013年全球生产278万辆的目标，关键在于如何强化品牌形象及海外市场 283
- 通用大宇：伴随经营状况的急剧恶化，通用为其注入4亿多美元的资金 289
- 上海汽车：双龙汽车破产导致乘用车资源重新集中到国内，加快推进自主品牌的经营整合 293
- 第一汽车：调整自主品牌产品线，启动销售网的整合 299
- 东风汽车：启动“风神”项目，正式培育自主品牌乘用车事业 305
- 奇瑞汽车：在向4大品牌过渡的同时加快向国内产销基地投资，2009年启动台湾及叙利亚的委托生产业务 311
- 吉利汽车：产品向高端转换促使盈利能力大幅改善，借经济回落之机加速收购外来技术 315
- 塔塔汽车：亟待解决资金流动性的问题，在印度国内同步加强产销事业 319
- Mahindra & Mahindra：为实现到2010年在印度销售34万辆的目标，扩充产品线及开展合作·收购扩大业务范围 325
- Proton：为更新高端产品重新启动与外资制造商的合作谈判，同时推进海外生产体制的建设 329

报告样本详见内页

发刊介绍

世界汽车制造商年鉴2010

过剩产能突破3,000万辆！通用、克莱斯勒破产推动业界格局急剧变化

规格：A4/332页

发行：2010年5月

价格：6,800元/册(含国内邮资)



- 详解44家汽车制造商的经营战略及其全球事业布局
- 汇总因通用、克莱斯勒破产而重新加速的业界重组动向(特集)
- 分事业领域详细报告全球主要汽车制造商之间的环境技术合作、全球主要制造商与新兴国家制造商的合作等各种动向(特集)

全球汽车市场在2008年下半年以后急剧收缩，汽车制造商的周边事业环境随之逐渐恶化，不仅通用、克莱斯勒被迫陷入破产境地，其他各制造商也不得不通过调整生产、裁员等方式，开始精简机构。不过，美国、日本、德国等各国政府从2009年起实施鼓励购买新车的政策，中国等部分新兴国家的汽车市场仍在不断扩大，由此促成全球汽车需求的下降趋势自2009年下半年开始日渐放缓。丰田在时隔15个月后的2010年10月，终于恢复全球单月销量的同比增长，而通用、大众在中国也收获销量的持续走高，截至2009年下半年以上三大制造商维持全球销售规模的竞争局面。

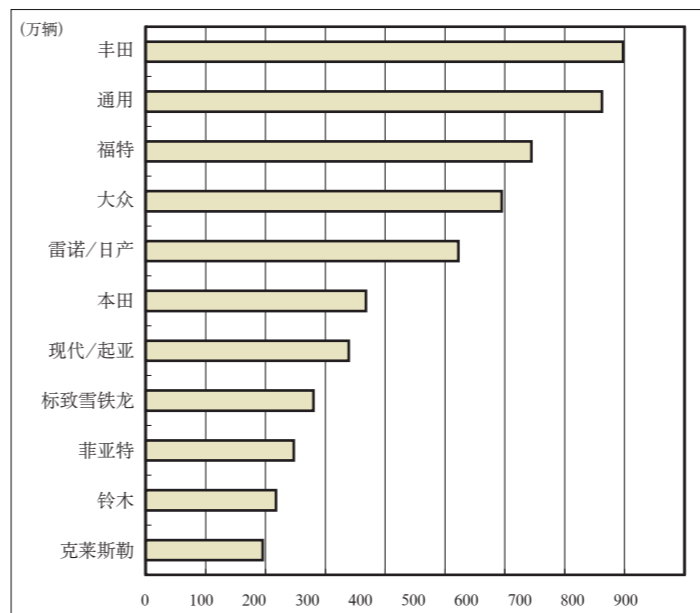
《FOURIN世界汽车制造商年鉴》是创刊于2002年的年刊调查资料，涵盖从主要汽车制造商的经营战略、组织/人事到产品、生产、销售、采购、研究/开发、海外事业、合作关系等内容。2010年版作为一本行业权威报告，新增加通用大宇、Mahindra & Mahindra等制造商充实内容，全书囊括44家制造商的各种信息。同时，还以特集的形式，刊登了伴随通用、福特缩小业务等情况而发生的业界重组动向，以及全球各汽车制造商之间的技术合作动向、与新兴国家制造商的合作动向等内容。

希望本调查报告能为贵公司把握2010年以后的汽车市场动向、制定企业发展战略提供切实可行的参考。

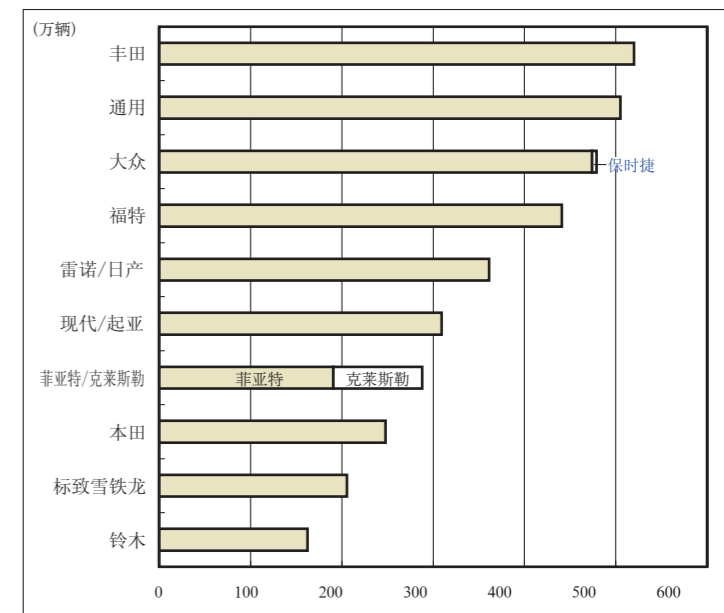
【世界51国主要汽车集团/制造商的销售规模比较】

(※FOURIN世界汽车制造商年鉴2010刊登了世界77国的分制造商销量)

<2008年全年>



<2009年1~9月>



• 51国：北美3国：美国、加拿大、墨西哥
 南美3国：巴西、阿根廷、委内瑞拉
 西欧18国：11EU15国、EFTA3国
 中东欧12国：波兰、捷克、斯洛伐克、匈牙利、斯洛文尼亚、罗马尼亚、保加利亚、波罗的海3国、俄罗斯、土耳其
 亚洲及大洋洲14国及地区：日本、台湾、韩国、中国(仅国产车)、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、越南、新加坡、印度、巴基斯坦、澳大利亚、新西兰
 非洲1国：南非
 • 2009年1~9月包括部分推测值。

申请方法

本调查资料为非书店销售产品。申请或订阅本调查资料时，请填写申请表内的必要事项，并传真或递送至本公司。敬请致电公司营业部或通过电子邮件垂询(china@fourin.cn)。

世界汽车产业调查·研究·咨询报告



北京富欧睿汽车咨询有限公司

〒100020 中国北京市朝阳区东三环中路7号
 北京财富中心A座翼楼717室
 TEL: +86-10-6530-9159 (营业部)
 FAX: +86-10-6530-9160 (营业部)
<http://www.fourin.com> E-mail: china@fourin.cn

订阅申请表

世界汽车制造商年鉴 2010

●规格：A4纸/约 332页 ●发行日期：2010年5月

价格：6,800元/册(含运费，不包括港澳台地区)

北京富欧睿汽车咨询有限公司

FAX: +86-10-6530-9160 (营业部)

年 月 日

公司名称 _____

部门名称 _____ 职务 _____

订阅人姓名 _____ 邮编 _____

详细地址 _____

电话号码 _____ 传真号码 _____

E-mail _____

备注栏 _____

