



第1章 世界汽车制造商的竞争焦点

- 1. 特辑：随着巴西、印度、俄罗斯等国汽车市场正式步入增长轨道，面向中国以外新兴国家的投资计划日趋活跃
2. 世界汽车制造商的业绩·经营战略比较
3. 世界汽车制造商的生产·销售排名

第2章 美国汽车制造商

- 通用：在北美和新兴国家继续投资旨在实现稳定发展，在北美注重构建低油耗车的供给体制和提高生产效率
福特：2010年业绩继续保持盈利，推进全球车型的市场投放和节油技术的应用
克莱斯勒：与菲亚特在产品以及北美以外地区推进合作，在资本、管理方面促进一体化进程
纳威司达：在环境标准提升和市场扩大的预期下，增强与其他公司之间的合作关系
佩卡集团：强化环境技术，旨在通过符合市场需求的服务事业发展壮大

第3章 欧洲汽车制造商

- 大众：销售·利润向世界首位迈进，因与铃木解除合作而推迟面向新兴国家的战略车研发
奥迪：2020年世界销售目标200万辆以上，强化新兴国家业务的同时考虑在美国开始本土生产
戴姆勒：商用车领域在新兴国家加大投资巩固生产基础，乘用车领域推进电动化的同时与雷诺/日产合作开发小型车
宝马：2012年收益目标基本实现，为达到2020年200万辆规模强化新兴国家事业

- 欧宝：2011年6月与工会就重组达成一致，预计财政危机引发的经济增速放缓将导致扭亏延迟
保时捷：中美市场的畅销带动2011年创12万辆销量新高，因诉讼事件推迟与大众的经营整合
曼恩：被大众控股过半后纳入集团商用车事业的核心，扩大新兴国家事业基础、助力大众成为全球性商用车集团
雷诺：新经营计划力争2013年全球销售300万辆、营业利润率5%，重组法国生产并强化新兴国家事业
标致雪铁龙：投放高端产品强化销售收益，扩大欧洲以外新兴国家事业成为首要任务
菲亚特：将克莱斯勒纳入合并对象进一步专注于乘用车事业，提高意大利生产效率与全球事业将成为今后课题
依维柯：欧洲工厂投产率提升，力争通过强化中国·巴西事业使2014年的营业利润率超过10%
西亚特：以2012年实现扭亏为目的提高总部工厂开工率，发力中国等海外市场力争2018年销量达80万辆
沃尔沃集团：以新CEO就任为契机货车业务从品牌管理转向地区管理体制，进一步追求集团协同效应
斯堪尼亚：作为高端商用车制造商保持并强化高收益体制，预计与曼恩的合作将以采购为中心展开
斯柯达：全面利用大众集团产品技术，力争2018年全球销量达150万辆
AvtoVAZ：进入雷诺/日产集团旗下力争扩大业绩并清偿政府借款，2020年生产目标是100万辆

第4章 日本汽车制造商

- 丰田：2015年计划全球销售900万辆，以新兴国家和新能源车环保车为轴心展开新的发展战略
日产：2016年度世界销售份额目标为8%，积极增强产品线，在新兴国家扩大销量
本田：在发达国家推进扩充HIV产品线的同时，在新兴国家着力于增产投资和低价格车型投放
铃木：有意解除与大众的全面合作关系，为保持独立性自主研发环保车型
马自达：力争通过自主研发新一代环保技术SKYACTIV和进入新兴国家市场扩大业务范围
三菱汽车：2013年度全球销量将达137万辆，将经营资源集中于新兴国家市场和电动车领域
大发：2011年9月在日本投放低油耗·低价新车型，今后计划将核心技术应用于全部车型
富士重工：以合并营业利润额达到1,200亿日元为目标，通过降低成本和提高环保性能增强产品实力、在新兴国家加速扩销
五十铃：为实现营业收入达1.85兆日元的中长期目标，在新兴国家强化产品投放和本土供应体制
三菱扶桑：力争2015年海外销量超过20万辆，推进事业重心转向新兴国家市场、开拓新市场
日野：为达成2015年度23万辆的全球生产目标，优化古河新工厂生产体制后，集中生产核心零部件
UD卡车：与沃尔沃合作有新进展，2010年通用发动机新生产线投产、在中国新设工厂

第5章 亚洲汽车制造商

- 现代汽车集团：以新兴国家为中心投放地区专用车产品扩大市场份额，推进新能源车相关技术的研发
起亚：2013年的年产能指向290万辆以上，为了扩大世界份额加快从量产车到新能源车的产品研发
上汽集团：2015年产销目标上调至600万辆，致力于开展自主品牌乘用车·商用车事业及海外事业
中国一汽：为实现2015年500万辆目标，通过IPO方式募集资金、强化自主事业
东风汽车：将自主品牌乘用车事业作为今后发展的重心，加快产能扩建，力争2015年达到500万辆销售目标
中国长安：以2020年销售整车600万辆为目标，推行自主品牌战略、构建高端乘用车事业
奇瑞汽车：在事业部体制下推进旗下各品牌业务运营，积极研发新能源车以及建立海外基地
比亚迪：力图通过产品降价、裁员、销售网整合、强化海外事业走出业绩低迷困境
吉利汽车：力争2015年在中国销售沃尔沃汽车20万辆，通过产品高端化提高集团整体竞争力
塔塔汽车：2010年度业绩随JLR事业好转创历史新高，力争通过开发新产品与扩大产能提高国内市场份额
马恒达：通过收购双龙汽车及投放全球性产品提高在全球市场上的地位
宝腾：为恢复国内市场份额并加强海外事业，通过与外资合作及有效利用Lotus来扩充产品线

样本页

在北美注重构建低油耗车的供给体制和提高生产效率

Wyoming 3家工厂实施总额1.3亿美元的投资，以备2011年秋以后向市场投放装备eAssist系统的车型。随着供应规模的扩大，通用还加大投资以增强Chevrolet Cruze采用的Ecotec直列4缸GE等的生产体制。此外还考虑对8挡AT生产领域进行投资。通用还在新兴国家继续投资。在中国，2010年的销售万辆后，通用将... 重点收录了各汽车制造商的新兴国家战略和最新的相关事业动向。

2011年以后的5年内计划将有自有工厂和与AvtoVaz的合资工厂的年产能提高至35万辆。此外，还与GAZ就Chevrolet Aveo的委托组装生产达成一致，计划从2012年起形成年组装整车3万辆的生产规模。在巴西，从2008年起实施的总额50亿美元的投资计划将于2012年完成。在向新兴国家投... 与上汽集团建立合资体制，2012年计划投放基于2011年4月通用... 亿美元将印度60款新车型。通用合资公司目前的生产能力是192... 的年产能目前在22.5万辆的基础上，实现倍增提... 万辆，计划到2015年达... 万辆。此外，... 计划作为仅次于金砖四国500万辆这一目标... 力争在2013年重新投产印度俄罗斯，由于政府提高了零部件进口关税的优惠条件以及增加了年产能达到30万辆以上的要求，... 尼西亚此前停产的工厂，开始组装命名为People Mover的多用途车。

重点收录了各汽车制造商的新兴国家战略和最新的相关事业动向

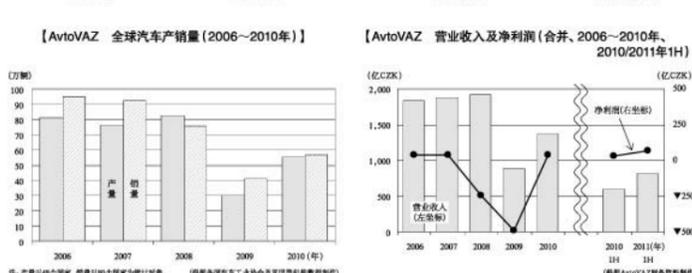
【通用 在新兴国家的最新动向】

- 通用 在新兴国家的最新动向
- 巴西：2008-2012年，计划在巴西总投资50亿美元以上(约32亿美元)。用于下述几个领域：面向新兴国家市场的战略车项目开发项目Project Onix、增强整车生产能力、新建投资工厂、增强研究开发基地的职能、增强零部件工厂产能、建设本土采购网络等。
- 印度：为了开发预计2012年投放市场的新兴国家战略车型，计划投资20亿美元(12.8亿美元)。其中包括对新车型的Gravatai整车工厂等的投资。
- 中国：2008-2012年，向Mogel das Cruzes工厂投资5,000万美元。Mogel das Cruzes工厂生产Chevrolet Astra, Vectra, Classic用轿车等车型的冲压零部件。2010-2012年计划投资5,000万美元用于4款新车型的零件生产。
- 俄罗斯：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 越南：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 泰国：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 印度尼西亚：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 马来西亚：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 菲律宾：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 泰国：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 越南：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 印度尼西亚：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 马来西亚：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。
- 菲律宾：2011年6月宣布，计划向阿利根Rosario工厂投资6亿比索(1.5亿美元)，将年产能从10万辆提高至12.5万辆。

俄罗斯最大汽车制造商，获得雷诺/日产经营支持



AvtoVAZ 全球汽车产销数据 (2006-2010年)
【公司名称】JSC AvtoVAZ
【总部所在地】俄罗斯托利亚蒂
【主要车型】乘用车
【全球产量】57.2万辆 (2010年)
【营业收入】1,376.3亿卢布 (2010年)



海外事业

合作关系

在新兴国家，日产将扩大销售规模作为主要事业方针。尤其是在中国、印度、俄罗斯、东盟等新兴市场，为了满足当地需求，在V平台廉价全球战略车型的基础上，还考虑积极投放符合各地市场的廉价产品。通过投放廉价战略车扩大销售份额的同时，为了进军市场广阔的高档车市场，2011年... 资本合作和业务合作等，各汽车制造商之间复杂的关系一目了然！

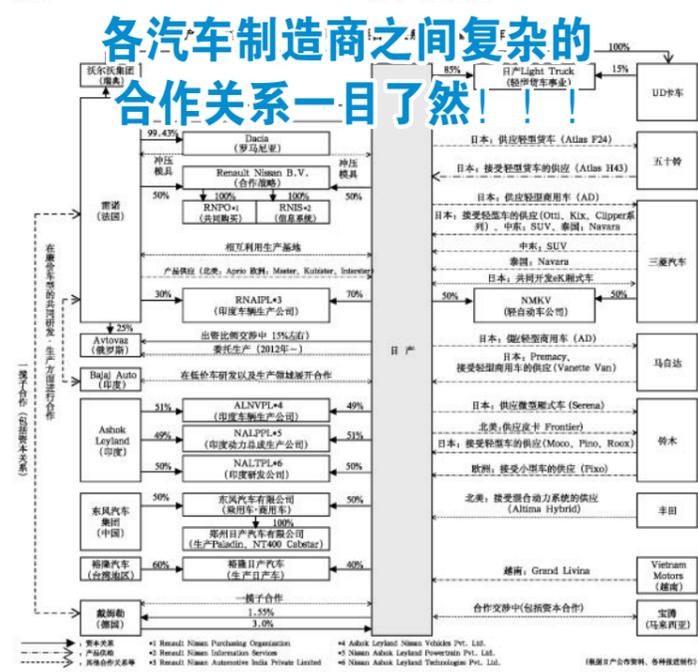


Table with columns: 国家/地区, 当地公司名称, 产品, 产能, 2010年产量. Lists production partners in India, Brazil, Africa, etc.