

《2012全球汽车论坛文集》

图书基本信息

书名：《2012全球汽车论坛文集》

13位ISBN编号：9787111412922

10位ISBN编号：7111412923

出版时间：2013-4

出版社：机械工业出版社

作者：邱明斤

页数：245

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《2012全球汽车论坛文集》

内容概要

2012年9月5日至9月7日，由中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会、成都市人民政府共同主办的2012年第三届全球汽车论坛在成都召开。“2012全球汽车论坛”的主题定为“在变革的时代塑造行业的未来”，以彰显中国在世界汽车格局中的定位和由此引起的深层次的思考。论坛从多维视角，以历史性、全局性的方法来探讨汽车业所面临的问题、挑战和机遇，尤其是集中探讨了中国汽车产业与全球产业格局的热点问题、趋势变化及其深刻影响。

全球汽车论坛组委会编著的《2012全球汽车论坛文集》以实录的方式展现了“2012全球汽车论坛”的全貌，所有内容为论坛嘉宾的演讲经过整理而来，全面准确地还原了“2012全球汽车论坛”所探讨的主题、所倡导的观念，以及与会嘉宾精彩纷呈的观点和思想碰撞的火花。

《2012全球汽车论坛文集》适合对汽车行业发展感兴趣的人士阅读。

精彩短评

- 1、从巨人那里获取观点，从微观到宏观，发现历史规律，指导今后实践

精彩书评

1、书中大概有三分之一是干货，看了很有收获，高度集中精力的情况下，分两天，共4个小时看完，是效率很高的一次，所以阅读集中精力、一鼓作气很重要请尊重创作者的劳动，勿提供下载信息、或转载他人的文章。为了鼓励有益的分享,少于50字的评论将在前页论坛里发表。如果评论涉及电影和小说的结局和关键情节，请勾选“有关键情节透露”。豆瓣将显示提示，以免没有看过的人扫兴。

章节试读

1、《2012全球汽车论坛文集》的笔记-第100页

PQB理论，现在空谈品牌为时过早，我们还处在从Pricing到Quality的艰难迈进中

大众说不需要数字战略，需要的是数字技术支持与驱动下的高度接触战略

北京现代所有的销售人员都用ipad来展示企业和产品信息、搜集客户信息、进行潜在客户的管理

通过各种媒体沟通的信息必须是一致的，否则会让品牌形象模糊不清

甲壳虫、法拉利、起亚K5、新蒙迪欧都是唤起人们激情的设计，能够很好的与消费者的情绪联系起来

品牌是耐心的哲学

政府不要超前去规划新能源，规划的太早没有意义

兼并重组是汽车产业发展的必然规律

当生存出现问题的时候，不管是什么性质的企业，大家都会低下高昂的头，握手言欢，共谋发展，这不是以谁的意志为转移的

日本电子业因为垂直经营模式被韩国电子业反超，后者更多的是合作联盟，水平分工战略合作替代大而全的垂直经营模式

汽车联盟：菲亚特克莱斯勒，大众铃木，雷诺日产，戴姆勒联盟

一篇好文《看10月汽车销量排行，问自主品牌路在何方》
》<http://auto.163.com/13/1115/09/9DN9R22G000853V5.html>

每一个阶段专注于做一件事，你的扩张速度不要超过你的财务能力
筷子比喻，一根固定（专注），一根移动（文化适应性）

出口不要操之过急，现代汽车出口美国付出惨痛的代价，人们拿它的新车与美国旧车比价，它不是在新车市场竞争

PK

中国市场微增长，必须走出去

嘉宾讲了很多汽车产业宏观的东西、很多反映历史规律的东西，很有参考价值

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com