

# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 图书基本信息

书名：《奇瑞狂人尹同耀》

13位ISBN编号：9787508048833

10位ISBN编号：7508048830

出版时间：2009-1

出版社：华夏出版社

作者：雪柯

页数：192

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](http://www.tushu000.com)

# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 前言

汽车自诞生之日起，就不仅仅是一个四个轮子的交通工具。于个人而言，汽车已经演变成为人们相互之间进行识别和自我识别的符号；于国家而言，汽车是民族工业的基石。20世纪初汽车业在美国崛起，福特和通用当占首功；20世纪80年代日本汽车业在世界崛起，丰田、三菱居功至伟；而新的世纪，中国市场是全球最受瞩目的市场，也是世界上最后一个大型汽车市场。中国大型汽车集团开始绘制自主品牌发展的宏伟蓝图时，尹同耀领导的奇瑞已经代表自主品牌向国家和市场交出了第一个百万辆的答卷。奇瑞已从一个没有户口的野孩子，成为中国汽车民族品牌的代表。诚然，奇瑞走过的道路正是世界上所有成功的汽车巨头所走过的道路，奇瑞的创新机制、技术先导、品牌独立、国际化战略等都是任何一个企业正常发展的本能追求，但是这些属于企业发展的基本禀赋在中国进入21世纪后仍只能在少数企业中得以成功体现。奇瑞能在自主品牌上取得成功，离不开中国计划经济向市场经济转型的特殊时期和汽车行业的合资历史，更离不开尹同耀的远见卓识和奇瑞人的创业精神。在某种意义上，甚至可以说奇瑞得益于起步时的逆境和藩篱，正所谓时势造英雄。从天时因素看，20世纪90年代中期正是寥寥数家汽车合资企业市场坐庄时，过高的市场价格为奇瑞产品留出难得的极大发展空间。从地利因素看，安徽属于农业大省，又是全国最贫穷的省份之一，穷则思变。如果将汽车工业作为省里的支柱产业，不仅能够充分发挥当地极具竞争力的低成本劳动力优势，还可以从上下游全面带动安徽和芜湖的地方经济发展。

# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 内容概要

《奇瑞狂人尹同耀》中提出创业不而要什么条件，只要具有敢干的精神，从中国制造走向中国创造，成为民族汽车工业的翘楚，奇瑞精神给予创业者的启示，一定要拥有自己的品牌。我是中国人，我开奇瑞车，我最牛。

# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 作者简介

雪柯，财经作家、策划人。先后在多家上市公司与知名网站担任过职业经理人与主编。出版过的作品有《较量：丰田诉吉利商标侵权案》《不做大哥好多年》与《走在珠峰的路上》等。作为策划人，先后主持策划的案例有：中国家电行业经典公关案——科龙电器“真金品质我作证”公关活动；中国汽车知识产跨国第一案——丰田诉吉利危机公关活动；中国轿车探险珠峰第一案——自由舰珠穆朗玛峰探险活动。尹同耀，奇瑞汽车有限公司党委书记、董事长兼总经理。1962年11月生，安徽巢湖人，毕业于安徽工学院（现合肥工业大学）汽车制造专业。1984年进入一汽集团；1991年10月至1996年11月，在一汽大众汽车有限公司任总装车间主任兼物流科科长；1996年11月离开一汽集团进入奇瑞公司工作；1996年11月至2004年2月，任奇瑞汽车有限公司执行副总经理；2004年2月至今，任奇瑞汽车有限公司董事长兼总经理。2004年获“全国五一劳动奖章”；2005年荣获“全自劳动模范”称号，被评为“CCTV2005中国经济年度人物”；2008年1月，入选“改革开放30年经济百人榜”。

# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 书籍目录

第一章 奇瑞诞生草房中第一节 三九造车：诱发芜湖人的轿车梦 / 2第二节 三顾茅庐：詹夏来诱骗尹同耀南下造车 / 4第三节 拓荒之路：小草房里的创业人 / 7第四节 出“奇”不意：奇瑞险些叫“中华” / 9第五节 钥匙工程：离开外国人行吗 / 12第六节 血统之谜：风云轿车系出何门 / 14第七节 破釜沉舟：走上自主研发“不归路” / 17第二章 奉子成媾好生崽第一节 风云上市：怀上孩子没户口 / 24第二节 加盟上汽：为的就是一纸“准生证” / 25第三节 增资扩股：上汽吃了闭门羹 / 27第四节 分道扬镳：只因我们同床异梦 / 31第五节 遮风挡雨：上汽看得见的支持很多 / 33第三章 红顶商人闹风波第一节 精神教父：下放芜湖来造车 / 38第二节 事先征兆：“东方之子”痛失服务“两会” / 40第三节 红顶商人：市长无奈卸任董事长 / 42第四节 奇瑞断奶：尹同耀从后台走到前台 / 42第四章 多生孩子好打架第一节 风云：汽车价格回归价值的标杆 / 46第二节 奇瑞QQ：开拓微轿市场的“蓝海” / 48第三节 东方之子：驶出B级车高“价”桥 / 50第四节 旗云：经济型轿车的风向标 / 52第五节 瑞虎：suv当做轿车卖 / 53第六节 奇瑞A5：通吃车市“新三样” / 55第七节 奇瑞v5：收获的只是勇气 / 57第八节 商用车：另辟蹊径，以微面开局 / 59第五章 分网销售革谁命第一节 商家卖车：三个和尚没水喝 / 62第二节 修条中间道：4s店低下高贵的头 / 63第三节 分网销售：尹同耀演绎营销神话 / 66第四节 “模范夫妻”：奇瑞与捷顺早期恩爱的故事 / 68第五节 反目成仇：尹同耀挥泪斩马谕 / 70第六节 弦外之音：同室操戈到底是谁的错 / 71第七节 奇瑞模式：能否带来网络高效 / 74第八节 纵横天下：尹同耀全国造“城” / 76第六章 都是QQ惹的祸第一节 QQ撤展：不做亏心事怎怕鬼敲门 / 80第二节 通用发难：逼奇瑞跳出抄袭陷阱 / 81第三节 专利之争：QQ是创新还是侵权 / 83第四节 诉诸法庭：通用报杀sPARK之仇 / 85第七章 点燃价格战导火索第一节 攻“价”为上：奇瑞头痛医了脚 / 90第二节 sPARK放水：QQ抗衡对手价格挑衅 / 92第三节 数字游戏：谁为利润止血 / 93第四节 配件跳水：把火烧到售后市场 / 95第五节 速降反攻：到底是清库还是减配 / 96第六节 稳定价格：奇瑞为何金盆洗手 / 97第八章 孵化器下的作坊第一节 断货事件：德尔福领军封杀奇瑞 / 102第二节 奇瑞科技：布局零部件链条 / 103第三节 开门造车：操纵奇瑞研发的幕僚 / 106第四节 造芯运动：奇瑞引擎盖下的猛兽 / 109第九章 服务绝不是作秀第十章 土方练就大事业第十一章 不换思想就换人第十二章 跨国牵手议和亲第十三章 奇瑞是否在搞大跃进第十四章 公司亏损我就下课附录

## 章节摘录

第一节 精神教父：下放芜湖来造车1993年，时任安徽省委书记秘书的詹夏来，被安徽省组织部下派到芜湖市担任市长助理，开始负责汽车项目。詹夏来来到芜湖，担负起芜湖市经济复兴的重任。他在芜湖市的政府职务，从市长助理，做到市长，再到市委书记。在奇瑞，詹夏来提出了“中国人能够造出最好最便宜的家庭轿车”的理念。他发誓要发展芜湖自己的汽车工业。当地政府只能秘密进行。“悄悄地进村，开枪的不要，”詹夏来说，“当时不能叫轿车厂啊，不然奇瑞早死了。”虽然奇瑞和吉利、悦达、华晨等企业一样都属于轿车生产企业中的“黑户”，但是奇瑞的日子更不好过，因为它连“6字头”的生产许可都没有。而且，奇瑞选定的生产车型又是“三厢车”，明显属于政府汽车目录中的轿车产品。公司成立后，到底由谁担任董事长曾在芜湖引发不少争议。但谁都没有詹夏来对汽车熟悉。所以各家股东商量来商量去，还是由他来担任比较合适。而更主要的是，由于当时的奇瑞还比较弱小，完全靠自身发展很难存活下来，需要市政府各方面的保护。经上级批准，詹夏来兼任奇瑞汽车公司董事长，尹同耀任常务副总经理，主抓全面建设工作。芜湖市的市委书记担任奇瑞的董事长，为奇瑞开展各项工作带来了很大的便利，除了在芜湖市各个政府部门办事有很大的方便外，和奇瑞合作的很多公司也因此觉得自己和奇瑞合作的风险不大。一位最初就开始经销奇瑞产品的经销商说，当初之所以信任奇瑞就是相中了“詹夏来”这块金字招牌。奇瑞的创业者都非常敬佩詹夏来，他们说詹夏来是对中国汽车产业以及世界产业了解相当透彻的一个人。话里流露出他们对詹夏来的由衷敬佩之情。据说，詹夏来在奇瑞设有自己的办公室，每周都要抽出一定的时间到奇瑞来办公。每个月奇瑞召开的干部大会，詹夏来都要亲自参加，有时在奇瑞召开的项目汇报会议上，也可以看到詹夏来的身影。由于安徽经济相对比较落后，能提供的资金十分有限，因此詹夏来“特别珍惜手里的钱”。这从奇瑞的日常小事中可以反映出来。

# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 媒体关注与评论

最令尹同耀高兴的是他已经拥有国内外上百万忠实的用户，以及一个坚定拥护奇瑞品牌的汽车俱乐部——新奇军

## 《奇瑞狂人尹同耀》

### 编辑推荐

《奇瑞狂人尹同耀》是著名财经作家雪柯最新力作。今天的奇瑞就是明天的丰田。他在车轮滚滚的重量级赛场上奇兵出击。为平民家庭开得起车，照出一条实惠之路；他让人尊敬之处在于，在强手如林的领域树立一个自主品牌并苦苦坚持，奇瑞的一小步，中国民族汽车工业的一大步。——CCTV中国经济年度人物颁奖词



# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 精彩短评

- 1、感觉好像都是从大众资料中整理出来的，没深度。对一些问题在谈论时估计是资料掌握不够，避重就轻。
- 2、还需更努力的发展品牌，支持国产汽车的发展。希望中国人有一天能开上自己的车。
- 3、老垃圾了，谁看谁知道
- 4、书不错，是我比较喜欢的
- 5、奇瑞的崛起，體制內的力量功不可沒。

1、中国民族工业的起步都是艰难的、步履蹒跚的，无论是单打独斗的民营企业，还是政府扶持的国有企业，无一不是历经初始的弱小，成长的艰辛，最终走向成功的辉煌。提到奇瑞，稍有汽车常识的人都久闻大名；提到安徽，人们最易联想起的是黄山、黄梅戏、宣纸、徽墨、徽商、徽剧，很少有人能将安徽芜湖和奇瑞联系起来，很难有人相信古朴的安徽人能造出汽车，能造出销量惊人的家用轿车，能造出走出国门走向世界的大众化、平民化家用轿车。在国外汽车名品蜂拥而至瓜分中国汽车市场已久的大背景下，奇瑞成功地做到了。民族工业自主品牌呱呱坠地开始，政府的扶持只是婴儿学步时成人的责任，而成熟阶段的进取突破则主要依靠自己，依赖国外专家、海内外优秀人才或先进技术并不是决定因素，坚定的信念、信心、意志，科学的管理理念和运作方式，严格、协调、友善、融洽的团队合作精神……诸如此类意识形态范畴的企业文化，是打造著名品牌和生产销售服务模式的软件。

《奇瑞狂人尹同耀》一书，虽然以尹同耀个人的名字命名，但通读全书，并非尹同耀个人传记传奇，一味为个人歌功颂德树立形象的作品，而是通过奇瑞创建者之一尹同耀个性鲜明的企业家形象，与诸多合作伙伴共同白手起家、曲折丰富的创业经历，向读者再现了以奇瑞为代表之一的中国国有汽车工业自主品牌，在国外名牌、国内合资品牌、国内自主品牌云集，汽车制造销售行业山头林立的岩隙中艰难萌蘖、顽强生存，成长、壮大的过程，令读者信服：家用轿车并非只有贵族化、高端化才是康庄大道，并非只是富豪和中产阶级的奢侈品，并非只有国外世界名牌汽车大鳄单向海量涌入中国内地市场，中国自己设计、制造、销售的平民轿车，同样可以凭借价廉物美的优势，不仅轻松走入寻常百姓家，更可以逆向输出，在中东、东欧甚至美国等国家和地区建立自己的海外营地。作者雪柯于本书的文字表述，突出表现了生动幽默跳跃的语言风格，思路缜密，视野开阔，行文轻快舒展，同时结构严谨，逻辑性强，奇瑞的成败得失、是非短长，皆无所偏见和隐晦地一一分析评述，体现出一个优秀的财经作家客观公正的社会责任感。

# 《奇瑞狂人尹同耀》

## 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](http://www.tushu000.com)