

# 2009年中国轿车行业市场研究及 投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009年中国轿车行业市场研究及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200907/19865.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008年中国轿车行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国轿车行业发展政策环境分析

- (一) 相关政策环境分析
- (二) 政策法规对轿车市场的影响
- (三) 相关政策法规介绍

### 第二章 2008年全球轿车行业发展状况分析

#### 一、2008年全球轿车市场概述

- (一) 各大轿车企业产能有涨有跌
- (二) 法系轿车市场需求疲软
- (三) 亚洲轿车市场一枝独秀

#### 二、2008年全球重点地区轿车市场运行状况分析

- (一) 美国轿车市场分析
- (二) 欧洲轿车市场分析
- (三) 日本轿车市场分析
- (四) 韩国轿车市场分析

#### 三、2008年全球国外轿车存在的问题分析

- (一) 偏大型轿车抑制消费
- (二) 政策因素导致成本过高
- (三) 各大企业投资过度
- (四) 技术标准加大造成轿车成本上升

### 第三章 2008年中国轿车行业运行形势分析

#### 一、2008年中国轿车行业发展综述

- (一) 中国轿车行业的三个特征
- (二) 2008年中国轿车销售概况
- (三) 中国轿车行业利润走势分析

#### 二、2008年中国轿车消费市场分析

- (一) 中国轿车消费市场的现状
- (二) 中国轿车消费市场的特点
- (三) 影响轿车消费市场的因素
- (四) 对中国轿车消费市场的建议

### 三、2008年中国轿车行业存在的问题分析

- (一) 08年小排量轿车的危机仍在延续
- (二) 中高级轿车面临安全危机
- (三) 厂商价格战愈演愈烈
- (四) 国外轿车行业冲击加剧

### 四、2008年中国轿车行业发展的对策探讨

- (一) 中国轿车行业发展的八项对策
- (二) 观念转变是发展的要求
- (三) 举起品牌大旗是发展的关键
- (四) 性价比优者才能最终胜出

## 第四章 2007-2008年中国汽车整车制造行业数据监测分析

### 一、2007-2008年中国汽车整车制造行业总体数据分析

- (一) 2007年中国汽车整车制造行业全部企业数据分析
- (二) 2008年中国汽车整车制造行业全部企业数据分析

### 二、2007-2008年中国汽车整车制造行业不同规模企业数据分析

- (一) 2007年中国汽车整车制造行业不同规模企业数据分析
- (二) 2008年中国汽车整车制造行业不同规模企业数据分析

### 三、2007-2008年中国汽车整车制造行业不同所有制企业数据分析

- (一) 2007年中国汽车整车制造行业不同所有制企业数据分析
- (二) 2008年中国汽车整车制造行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 2007-2008年中国轿车产量数据统计分析

### 一、2007年中国轿车产量数据分析

- (一) 2007年全国轿车产量数据分析
- (二) 2007年轿车重点省市数据分析

### 二、2008年中国轿车行业产量数据分析

- (一) 2008年全国轿车产量数据分析
- (二) 2008年轿车重点省市数据分析

## 第六章 2008年中国轿车细分产品运行动态分析

## 一、微型轿车

- (一) 微型轿车行业概况
- (二) 中国微型轿车行业现状
- (三) 微型轿车异军突起的原因
- (四) 微型轿车的市场需求分析
- (五) 2008年微型轿车市场分析
- (六) 微型轿车行业存在的问题及策略分析

## 二、经济型轿车

- (一) 中国经济型轿车发展概况
- (二) 2008年经济型轿车市场分析
- (三) 中国经济型轿车消费分析
- (四) 中国经济型轿车存在的问题及策略分析

## 三、中高级轿车

- (一) 中高级轿车行业概况
- (二) 中高级轿车行业存在的问题
- (三) 中高级轿车发展策略
- (四) 中高级轿车行业发展趋势

## 四、豪华轿车

- (一) 豪华轿车概述
- (二) 豪华轿车市场现状
- (三) 中国豪华轿车不同消费群体特征分析
- (四) 跨国公司在中国豪华轿车领域的竞争
- (五) 豪华轿车部分品牌分析

## 第七章 2008年中国轿车行业进出口贸易分析

### 一、2008年中国轿车进出口现状分析

- (一) 轿车进口分析
- (二) 2008年轿车出口分析

### 二、2008年进口轿车与国产轿车的比较分析

- (一) 国产轿车的三个优势
- (二) 国产轿车的五个劣势
- (三) 国产轿车价格过高的原因
- (四) 国产轿车自主品牌落后的原因

### 三、2008年中国轿车进出口影响分析

- (一) 税改对轿车进出口的影响
- (二) 汇率变动对轿车进出口的影响
- (三) 进出口变化对轿车市场走势的影响

### 第八章 2008年中国轿车市场营销模式分析

#### 一、2008年轿车市场营销分析

- (一) 中国轿车营销模式分析
- (二) 2008年跨国公司在华轿车营销模式分析
- (三) 2008年中国轿车营销渠道分析

#### 二、2008年中国轿车营销模式存在的问题

- (一) 轿车营销的八大问题
- (二) 轿车营销亟待发展
- (三) 轿车专卖店现状堪忧
- (四) 软件建设存在差距

#### 三、2008年中国轿车营销模式的发展策略分析

- (一) 轿车营销应符合中国国情
- (二) 轿车营销应以消费者为导向
- (三) 轿车营销不应排斥多样性
- (四) 轿车营销需加强诚信度
- (五) 轿车营销应完善售后服务
- (六) 轿车营销应建立强大的网络

#### 四、2009-2012年中国轿车营销模式的发展趋势

- (一) 各种营销模式将长期共存
- (二) 营销模式处于动态变化中
- (三) 营销模式与经济发展相一致

### 第九章 2008年中国轿车市场竞争格局分析

#### 一、2008年中国轿车行业竞争现状

- (一) 中国轿车行业竞争格局
- (二) 跨国公司在中国轿车领域的竞争
- (三) 技术竞争和服务竞争是主旋律
- (四) 中国轿车品牌竞争格局分析

#### 二、2008年中国提升中国轿车行业竞争力的建议

- (一) 提高自主开发能力
- (二) 培养高素质的人才
- (三) 增强企业生产效率
- (四) 加快轿车服务发展
- (五) 塑造现代企业文化

### 三、2008年中国轿车行业竞争存在的问题分析

## 第十章 全球部分轿车品牌分析

### 一、奔驰 (BENZ)

### 二、宝马 (BMW)

### 三、福特 (FORD)

## 第十一章 中国轿车行业重点企业分析

### 一、上海大众汽车有限公司

#### (一) 企业概况

#### (二) 企业经营状况分析

### 二、一汽-大众汽车有限公司

#### (一) 企业概况

#### (二) 企业经营状况分析

### 三、上海通用汽车有限公司

#### (一) 企业概况

#### (二) 企业经营状况分析

### 四、广州本田汽车有限公司

#### (一) 企业概况

#### (二) 企业经营状况分析

### 五、北京现代汽车有限公司

#### (一) 企业概况

#### (二) 企业经营状况分析

### 六、奇瑞汽车有限公司

#### (一) 企业概况

#### (二) 企业经营状况分析

### 七、长安福特马自达汽车有限公司

#### (一) 企业概况

#### (二) 企业经营状况分析

## 八、东风本田发动机有限公司

### (一) 企业概况

### (二) 企业经营状况分析

## 九、广州丰田汽车有限公司

### (一) 企业概况

### (二) 企业经营状况分析

## 十、东风悦达起亚汽车有限公司

### (一) 企业概况

### (二) 企业经营状况分析

## 第十二章 2008年中国轿车相关行业运行态势分析

### 一、钢铁

#### (一) 钢铁行业概况

#### (二) 中国钢铁产品需求特点

#### (三) 影响钢铁价格的因素分析

#### (四) 钢铁行业存在的问题及发展策略

### 二、石油

#### (一) 石油行业概述

#### (二) 中国石油的供求概况

#### (三) 石油行业的发展趋势及预测

### 三、汽车零部件

#### (一) 中国汽车零部件的三大变化

#### (二) 中国汽车零部件发展四个阶段

#### (三) 中国汽车零部件的机遇和挑战

#### (四) 中国汽车零部件行业发展趋势

## 第十三章 2009-2012年中国轿车行业发展及投资分析

### 一、2009-2012年中国轿车行业发展前景分析

#### (一) 轿车市场未来需求持续旺盛

#### (二) 轿车功能趋向多元化

#### (三) 发展高新汽车技术是必行之路

### 二、2009-2012年中国轿车市场发展方向

#### (一) 市场份额向优势企业集中

#### (二) 新增车辆向中小城市转移

(三) 轿车柴油化是必然趋势

### 三、2009-2012年中国轿车市场消费趋势分析

(一) 轿车将进入价值消费时代

(二) 轿车呈现个性消费趋势

(三) 两厢轿车将成主要消费对象

### 四、2009-2012年中国轿车行业的投资分析

(一) 中国轿车行业的投资环境分析

(二) 轿车消费市场潜力巨大

(三) 轿车需求持续走高

(四) 轿车行业将快速增长

(五) 轿车行业利润总额仍可保持

(六) 中国轿车行业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表 : 2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表 : 2008年前三季度中国三大产业结构

图表 : 2003-2008年中国工业增加值增长率

图表 : 2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表 : 2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表 : 2008年1-9月中国外贸增长情况

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的商品清单

图表 : 略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问 : <http://www.cction.com/report/200907/19865.html>