

# 2011-2015年中国轿车行业 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2011-2015年中国轿车行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1010/581285329W.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-10-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 [www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国轿车行业市场分析与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国轿车行业的概念，接着分析了中国轿车行业发展环境，然后对中国轿车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国轿车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国轿车行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

中国汽车消费量经历了3年的高速扩张，目前中国汽车消费量已经进入稳定增长阶段。2006年中国汽车行业实现销售721.6万辆，同比增长25.13%，其中乘用车销售517.6万辆，同比增长30.02%，商用车销售204万辆，同比增长14.23%。汽车整车出口34.24万辆，同比增长98.13%，创汇31.35亿美元，同比增长96.62%。中国私人汽车保有量在快速提升，特别是私人轿车的保有量增长迅速，说明私人购买汽车已经成为中国汽车工业的主要推动力，但平均每100人才拥有2辆汽车，与发达国家平均每3人拥有1辆汽车相比，说明中国汽车工业蕴涵着巨大的增长潜力。

## 第一章 轿车简介

### 第一节 汽车概述

#### 一、汽车的定义

#### 二、汽车的基本构造

#### 三、汽车的分类

#### 四、汽车车身的演变

#### 五、国产汽车产品型号编制规则

### 第二节 轿车介绍

#### 一、轿车的定义

#### 二、国外轿车分类

#### 三、国内轿车分类

## 第二章 我国汽车行业发展环境分析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析
- 第二节 中国汽车行业政策环境分析

### 第三章 世界轿车行业发展分析

#### 第一节 世界经济环境分析以及世界汽车行业概况

- 一、节能环保小型车畅销国外轿车市场
- 二、2009年世界轿车市场畅销排名分析
- 三、2009年欧盟轿车市场价格运行概述
- 四、国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场
- 五、全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用

#### 第二节 美国

- 一、美国汽车企业依靠轿车复兴
- 二、2009年美国轿车业销售量排名状况
- 三、2009年美国车市以旧换新计划效果明显
- 四、2010年上半年美国轿车市场销售排名分析

#### 第三节 德国

- 一、2008年德国轿车出口下降
- 二、2009年德轿车在华市场销售份额下降
- 三、2010年1-8月德国轿车生产及出口状况

#### 第四节 日本

- 一、2007年日本轿车销量首跌
- 二、2008年日本轿车全球市场销售状况
- 三、2009财年日本轿车市场销售排名分析
- 四、2009年日系轿车在华市场份额减少的原因分析

#### 第四节 俄罗斯

- 一、俄罗斯轿车行业发展概述
- 二、2009年俄罗斯轿车行业产销简况
- 三、2010年上半年俄罗斯轿车市场畅销车型排名分析
- 四、俄罗斯轿车市场进出口状况分析

### 第四章 中国轿车行业生产状况

## 第一节 2008年中国轿车产量数据分析

### 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

## 第二节 2009年中国轿车产量数据分析

### 一、2009年全国轿车产量数据分析

### 二、2009年轿车重点省市数据分析

## 第三节 2010年中国轿车产量数据分析

### 一、2010年全国轿车产量数据分析

### 二、2010年轿车重点省市数据分析

## 第五章 各种轿车的具体分析——微型轿车

### 第一节 微型轿车概述

#### 一、微型轿车的历史地位

#### 二、微型轿车的优势

#### 三、微轿市场在车型升级中升温

#### 四、我国微型轿车市场运动化态势明显

### 第二节 2008-2010年上半年中国微型轿车发展分析

#### 一、2009年微型轿车行业发展的特点

#### 二、2009年我国微型轿车市场运行简述

#### 三、2010年上半年我国微型轿车市场各品牌销售量统计

### 第三节 电动微型轿车的相关分析

#### 一、电动微型轿车应时而生

#### 二、全面提高电动微型轿车的质量与性能

#### 三、国家应全力支持电动微型轿车发展

#### 四、电动微型轿车将走向世界

### 第四节 中国微型轿车面临的压力

#### 一、成本压力

#### 二、配套压力

#### 三、产品压力

#### 四、品牌压力

#### 五、竞争压力

### 第五节 微型轿车发展对策及前景趋势

- 一、中国微型轿车企业发展对策
- 二、微型轿车将走俏市场
- 三、微型电动轿车前景广阔

## 第六章 各种轿车的具体分析——经济型轿车

### 第一节 经济型轿车概述

- 一、经济型轿车定义及分类
- 二、经济型轿车主要特征
- 三、经济型轿车受市场青睐的原因
- 四、发展经济型轿车的意义
- 五、经济型轿车发展模式选择分析

### 第二节 中国经济型轿车行业发展分析

- 一、中国经济型轿车发展态势
- 二、中国经济型车市场的裂变分析
- 三、2008年经济型轿车市场运行状况
- 四、2008年经济型轿车成市场新热点
- 五、2009年经济型轿车市场运行特征
- 六 2010年1-2月我国经济型轿车行业发展分析

### 第三节 阻碍中国经济型轿车发展的几大因素

- 一、经济型轿车质量有待提高
- 二、消费观念影响经济型轿车的发展
- 三、基础配套设施问题

### 第四节 中国经济型轿车发展前景及趋势

- 一、经济危机给经济型轿车发展带来机遇
- 二、油价上涨促进经济型轿车的销售
- 三、未来经济型轿车将成为轿车市场消费主流

## 第七章 各种轿车的具体分析——其他轿车

### 第一节 豪华轿车发展概述

- 一、豪华轿车应满足的条件
- 二、2008年豪轿市场争夺战正式打响
- 三、2009年中国高档轿车市场稳定增长

#### 四、豪华轿车加快进军中国市场

#### 五、奔驰豪华级轿车在华市场发展势头迅猛

### 第二节 中高级轿车市场运行状况

#### 一、2008年中国中高级轿车市场分析

#### 二、2009年中高级轿车市场刮起“运动风”

#### 三、2009年中高级轿车集体降价以自救

#### 四、2010年上半年国内中高级轿车市场运行分析

### 第三节 中高级轿车发展趋势

#### 一、中高级轿车未来发展方向

#### 二、现代中高级轿车技术发展趋势

## 第八章 中国轿车市场竞争分析

### 第一节 中国轿车市场竞争概述

#### 一、轿车企业的核心竞争力分析

#### 二、我国轿车行业竞争的根本规律分析

#### 三、国产与进口轿车竞争比较优劣势分析

#### 四、中国轿车品牌与国外品牌的差距分析

#### 五、2008-2009年各派系轿车在华市场竞争份额分析

#### 六 我国中低档轿车行业竞争格局解析

### 第二节 中国轿车各细分市场竞争概述

#### 一、2008年微型轿车市场竞争状况分析

#### 二、2009年豪华轿车市场竞争格局发生变化

#### 三、2009年我国中高级轿车市场竞争优势分析

#### 四、未来经济型轿车市场将成竞争主流

### 第三节 提升中国轿车行业竞争力的建议

#### 一、善用“钻石理论”

#### 二、提高自主开发能力

#### 三、利用新概念和个性化设计打开销售

#### 四、提升中国品牌轿车竞争力的战略

#### 五、改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议

## 第九章 中国轿车营销分析

## 第一节 中国轿车营销模式透析

### 一、中国轿车营销模式的内涵

### 二、中国轿车营销模式的选择分析

### 三、中国轿车营销模式的主要特点

## 第二节 轿车营销中的客户关系管理分析

### 一、CRM的起源及定义

### 二、中国轿车销售需要实施客户关系管理

### 三、实施客户关系管理的流程

### 四、在轿车营销中实施CRM存在的问题

## 第三节 中国轿车业营销渠道分析

### 一、轿车营销渠道的定义及作用

### 二、中国轿车行业渠道模式现状

### 三、中国轿车业渠道体制存在的问题

### 四、加强中国轿车渠道建设的对策

### 五、中国轿车构建营销渠道力的具体措施

## 第四节 中国轿车营销存在的问题

### 一、中国轿车营销体系需解决的问题

### 二、轿车营销传播存在的四大不足

### 三、软件建设存在差距

## 第五节 中国轿车市场营销策略分析

### 一、建立轿车营销模式的原则

### 二、我国轿车营销模式的发展思路

### 三、关于建立品牌经营营销模式的建议

### 四、关于轿车营销策略创新的对策

### 五、轿车促销策略分析

## 第一节 轿车营销传播策略

## 第十章 轿车行业的关联产业分析

### 第一节 汽车零部件

#### 一、我国汽车零部件行业发展综况

#### 二、2010年1-6月我国汽车零部件出口概况

#### 三、中国汽车零部件企业存在三大不足



四、中国汽车零部件业发展面临的主要问题

五、中国汽车零部件业发展对策建议

六 中国汽车零部件业的发展战略目标

## 第二节 钢铁

一、中国钢铁业发展历程

二、2009年中国钢铁行业运行状况回顾

三、2010年上半年我国钢铁行业发展特点分析

四、中国钢铁工业发展对策建议

五、2009-2011年中国钢铁工业规划

## 第三节 石油

一、石油概述

二、2009年我国石油市场运行综述

三、2010年上半年我国石油行业运行概况

四、油价上涨对汽车业的影响

五、中国石油企业发展策略浅析

## 第四节 橡胶

一、橡胶概述

二、2008年中国橡胶市场运行状况

三、2009年我国橡胶行业发展回顾

四、中国再生胶行业发展策略

# 第十一章 轿车行业重点企业介绍

## 第一节 一汽轿车股份有限公司

一、企业简介

二、2008年1-12月一汽轿车经营状况分析

三、2009年1-12月一汽轿车经营状况分析

四、2010年1-6月一汽轿车经营状况分析

## 第二节 上海大众汽车有限公司

一、企业简介

二、2008年上海大众汽车经营状况

三、2009年上海大众汽车经营状况

四、2010年上半年上海大众零售轿车经营状况

### 第三节 上海通用汽车有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2008年上海通用主要品牌轿车经营状况

#### 三、2009年上海通用主要品牌轿车经营状况

#### 四、2010年上半年上海通用三大品牌轿车经营状况

### 第四节 北京现代汽车有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2008年北京现代汽车经营状况

#### 三、2009年北京现代汽车经营状况

#### 四、2010年上半年北京现代汽车经营状况

### 第五节 广州本田汽车有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2008年广州本田经营状况

#### 三、2009年广汽本田经营状况

#### 四、2010年1-6月广汽本田经营状况

### 第六节 安徽奇瑞汽车有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2008年奇瑞经营状况

#### 三、2009年奇瑞经营状况

#### 四、2010年上半年奇瑞汽车经营状况

### 第七节 比亚迪汽车有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2008年比亚迪经营状况分析

#### 三、2009年比亚迪经营状况分析

#### 四、2010年1-7月比亚迪经营状况分析

### 第八节 安徽江淮汽车股份有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2009年江淮汽车公司轿车业务经营状况

#### 三、2010年上半年江淮汽车公司轿车业务经营状况

## 第十二章 中国轿车行业投资分析

### 第一节 汽车行业投资概况

一、国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入

二、国家投巨资支持央企开发汽车行业

三、国内能源巨企纷纷投资汽车行业

## 第二节 轿车行业投资前景

一、中国轿车业前景看好

二、未来轿车需求持续走高

三、200亿元补贴将拉动新能源车需求增长

## 第三节 轿车行业投资风险分析

一、轿车行业的进入壁垒风险

二、轿车替代品带来的风险

三、供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁

四、轿车行业内企业的竞争风险

## 第二节 轿车行业投资策略分析

一、轿车行业投资策略

二、轿车企业应积极采取措施应对风险

# 第十三章 轿车行业未来发展分析

## 第一节 汽车行业未来发展分析

一、2010年全球汽车销售量预测

二、未来五年世界电动汽车销量将超过300万辆

三、2015年中国汽车产品出口战略目标

四、绿色制造是中国汽车产业发展新方向

## 第二节 轿车行业未来发展预测

一、2010年世界轿车生产总量预测

二、2010-2015年中国轿车行业发展预测分析

三、未来轿车将趋向多功能化

四、现代柴油轿车发展将成必然趋势

## 附录

附录一：2009-2012年汽车产业调整和振兴规划

附录二：汽车产业发展政策

附录三：新能源汽车生产准入管理规则

附录四：汽车品牌销售管理实施办法

附录五：汽车贸易政策

附录六：报废汽车回收管理办法

附录七：乘用车燃料消耗量限值标准

图表目录：

图表 2005-2010年上半年国内生产总值

图表 2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表 2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2010年上半国家外汇储备

图表 2005-2010年上半年财政收入

图表 2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表 2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 国产汽车产品型号第二、三位数字含义

图表 2006-2009年金砖四国及老牌四强汽车产量占全球总产量比重

图表 2010年8月中国汽车行业产量表现

图表 2010年中国汽车行业销量表现

图表 2009-2010年8月中国汽车库存周期表现

图表 2010年1-8月汽车行业产销表现

图表 2010年8月汽车周度产量表现

图表 2008年中国汽车企业集团总体市场集中度

图表 2009年美国轿车车型销售量排行

图表 2000-2009年我国各车型比例趋势

图表 北京、上海、广州和深圳的R值趋势

图表 2005-2009年我国各车系产量所占比重变化

图表 购车人群形成过程模拟

图表 2007-2009年轿车月度销量与同比增速

图表 2009-2010年3月1.6L以下轿车销量比例走势

图表 历年（2005-2010）4月轿车产量环比增幅

图表 2001-2010年汽车产能利用率走势

图表 中国轿车自主品牌结构“3+X”组织框架

图表 2007-2008年中国轿车月度销售情况汇总

图表 2007-2008年中国轿车销量企业排行榜

图表 2007-2008年轿车品牌销量排行榜

图表 2007-2008年轿车销售（分排量）汇总表

图表 2009年中国轿车市场销量前十品牌排名

图表 2005-2010年国产乘用车销售按排量占比

图表 2010年3月比亚迪对产品指导价格的调整状况

图表 2010年部分车型各月上海地区4S店售价

图表 2008年1-12月全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2008年1-12月广东省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2008年1-12月上海市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2008年1-12月吉林省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2008年1-12月天津市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2008年1-12月重庆市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2008年1-12月安徽省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2008年1-12月北京市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2009年1-12月全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2009年1-12月上海市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2009年1-12月广东省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2009年1-12月吉林省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2009年1-12月重庆市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2009年1-12月北京市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2009年1-12月天津市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月上海市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月广东省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月吉林省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月重庆市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月天津市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月北京市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2010年1-7月陕西省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 消费者购车时考虑的因素

图表 五国微型轿车所占轿车最高百分比

图表 2004-2008年11月中国微型车各细分市场占比情况

图表 2010年1-6月微型轿车各品牌销量排名

图表 2010年6月微型轿车各品牌销量排名

图表 经济型轿车的分类

图表 2006-2008年经济型轿车逐月销量增长率对比

图表 2010年1-2月国内经济型轿车市场各细分市场销售情况

图表 2010年1-2月国内经济型轿车各细分市场特征

图表 2010年1-2月与2009年1-2月国内经济型轿车各细分市场份额变化比较

图表 2010年1-2月国内经济型轿车市场自主/合资品牌市场份额

图表 2009年国内经济型轿车市场销售前十名

图表 2010年1-2月经济型轿车高端市场合资品牌车型销售情况

图表 2010年1-2月国内经济型轿车中端市场主要车型销售情况

图表 2004-2008年中高级轿车品牌变化

图表 2007-2008年中高级轿车品牌排名、销量及份额

图表 2010年上半年国内中高级市场品牌销量排名

图表 2010年上半年国内中高级轿车市场品牌价格情况

图表 2004-2008年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表 2004-2008年各排量进口轿车海关报价季度走势对比

图表 2008年轿车进口结构

图表 2008年轿车进口价格

图表 2004-2008年轿车各排量区间季度出口量走势

图表 2008年轿车出口目标市场

图表 2008年轿车出口目标市场价格变动情况

图表 2005-2009年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表 2008-2009年轿车进口国别特征

图表 2009年轿车进口报价

图表 2005-2009年轿车各排量区间季度出口量走势

图表 2005-2009年轿车出口目标市场

图表 2008-2009年轿车出口目标市场价格变动分析

图表 2006-2010年上半年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表 2010年上半年进口轿车国别走势

图表 2010年上半年进口轿车价格走势

图表 2008-2010年上半年轿车进口国别特征

图表 2005-2010年上半年轿车各排量区间季度出口量走势

图表 2005-2010年上半年轿车出口目标市场年度情况

图表 2009-2010年上半年轿车出口目标市场季度情况

图表 B级车市场的区隔分布

图表 两大竞争战略的市场分布

图表 轿车商品相对竞争力的分析问题模型

图表 消费者心目中最优秀的高档汽车品牌

图表 消费者心目中最优秀的中档汽车品牌

图表 消费者心目中最优秀的小型/经济汽车品牌

图表 2008-2009年各派系车企轿车市场份额（1）

图表 2008-2009年各派系车企轿车市场份额（2）

图表 2004-2008年11月中国微轿市场企业集中度分析

图表 2008年1-11月中国微型轿车生产企业市场占有率情况

图表 2008年主要微轿品牌逐月销量走势（1）

图表 2008年主要微轿品牌逐月销量走势（2）

图表 波特的钻石理论图

图表 通用汽车各子品牌市场定位

图表 2004-2008年汽车零部件行业工业总产值及增速变化

图表 2000-2008年我国汽车零部件行业销售收入及增速变化

图表 2005-2008年我国汽车零部件出口金额情况

图表 2005-2008年我国汽车零部件分产品出口金额情况

图表 2009年中国钢铁市场京津冀设备开工率情况

图表 2008年10月-2009年12月京津冀高炉与轧线开工率走势

图表 2007-2009年中国粗钢产量对比

图表 2009年1-11月中国长材、板材和管材产量及其比重

图表 2007-2009年中国铁矿石进口对比

图表 2007-2009年中国出口钢材对比

图表 2009年12月25日中国主要市场（唐山、沈阳、上海、石家庄、广东）钢材库存

图表 2004-2009年中国原油和石油表观消费量情况

图表 2007-2009年中国原油表观消费量月度变化情况

图表 2002-2009年中国主要油品表观消费量增长率比较

图表 2007-2009年各月中国原油加工量

图表 2003-2009年中国原油和石油净进口量情况

图表 2007-2009年中国月度石油净进口量情况

图表 2008-2009年各月中国原油净进口量情况

图表 2008年12月销区国产标准胶SCR5现货每吨成交价格

图表 2008年12月丁苯橡胶销区市场每吨价格

图表 2008年12月顺丁橡胶销区市场每吨价格

图表 2009年国内天然橡胶月度生产情况

图表 2009年国内合成橡胶月度生产情况

图表 2009年我国天然橡胶进口情况

图表 2009年我国合成橡胶进口情况

图表 2009年我国轮胎生产情况

图表 2008年1-12月一汽轿车主要财务数据

图表 2008年1-12月一汽轿车非经常性损益项目及金额

图表 2006年-2008年一汽轿车主要会计数据

图表 2006年-2008年一汽轿车主要财务指标

图表 2008年1-12月一汽轿车主营业务分行业、产品情况

图表 2008年1-12月一汽轿车主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月一汽轿车主要财务数据

图表 2009年1-12月一汽轿车非经常性损益项目及金额

图表 2007年-2009年一汽轿车主要会计数据

图表 2007年-2009年一汽轿车主要财务指标

图表 2009年1-12月一汽轿车主营业务分行业、产品情况

图表 2009年1-12月一汽轿车主营业务分地区情况

图表 2010年1-6月一汽轿车主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-6月一汽轿车非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-6月一汽轿车主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-6月一汽轿车主营业务分地区情况

图表 2009年北京现代旗下轿车主力车型销售情况

图表 2009年1-12月奇瑞销售情况

图表 2009年奇瑞产品国内销量比例

图表 2009年江淮汽车公司各车型销量构成



图表 2009年江淮汽车公司各车型收入构成

图表 2008-2010年Q2江淮汽车公司季度轿车销量走势

图表 2009-2010年江淮汽车公司月度轿车销量统计

图表 2010-2015年中国汽车行业工业总产值预测

图表 2010-2015年中国汽车行业产品销售收入预测

图表 2010-2015年中国汽车行业累计利润总额预测

图表 2010-2015年中国轿车销量预测

图表 乘用车燃料消耗量限值（1）

图表 乘用车燃料消耗量限值（2）

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1010/581285329W.html>