2009年中国轿车行业市场分析及投资预测报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国轿车行业市场分析及投资预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://baogao.chinabaogao.com/qiche/3208132081.html

报告价格：电子版: 6800元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 2008年中国轿车行业发展环境
一、2008年中国经济发展环境
（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
（一）相关政策环境
（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
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
（一）美国轿车市场
（二）欧洲轿车市场
（三）日本轿车市场
（四）韩国轿车市场
三、2008年全球国外轿车存在的问题
（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
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
二、2008年中国轿车消费市场
（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
（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
一、2007、2008年中国汽车整车制造行业总体数据
（一）2007年中国汽车整车制造行业全部企业数据
（二）2008年中国汽车整车制造行业全部企业数据
二、2007、2008年中国汽车整车制造行业不同规模企业数据
（一）2007年中国汽车整车制造行业不同规模企业数据
（二）2008年中国汽车整车制造行业不同规模企业数据
三、2007、2008年中国汽车整车制造行业不同所有制企业数据
（一）2007年中国汽车整车制造行业不同所有制企业数据
（二）2008年中国汽车整车制造行业不同所有制企业数据
第五章 2007、2008年中国轿车产量数据统计
一、2007年中国轿车产量数据
（一）2007年全国轿车产量数据
（二）2007年轿车重点省市数据
二、2008年中国轿车行业产量数据
（一）2008年全国轿车产量数据
（二）2008年轿车重点省市数据
第六章 2008年中国轿车细分产品运行动态
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
（五）2008年微型轿车市场

（六）微型轿车行业存在的问题及策略
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
（三）中国经济型轿车消费
（四）中国经济型轿车存在的问题及策略
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
（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
第七章 2008年中国轿车行业进出口贸易
一、2008年中国轿车进出口现状
（一）轿车进口
（二）2008年轿车出口
二、2008年进口轿车与国产轿车的比较
（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
（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
一、2008年轿车市场营销
（一）中国轿车营销模式
（二）2008年跨国公司在华轿车营销模式
（三）2008年中国轿车营销渠道

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
（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
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
二、2008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
第十章 全球部分轿车品牌
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
一、上海大众汽车有限公司

（一）企业概况
（二）企业经营状况
二、一汽-大众汽车有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况
三、上海通用汽车有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况
四、广州本田汽车有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况
五、北京现代汽车有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况
六、奇瑞汽车有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况
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
八、东风本田发动机有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况
九、广州丰田汽车有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况
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
第十二章 2008年中国轿车相关行业运行态势
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
（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
一、2009-2012年中国轿车行业发展前景
（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
（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
（一）中国轿车行业的投资环境
（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
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……
更多图表见报告正文

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/qiche/3208132081.html