

# 2012-2016年中国微型汽车行业市场调研与投资战略研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2012-2016年中国微型汽车行业市场调研与投资战略研究报告》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/122586122586.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

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

微型汽车一般是指发动机排量不超过1.1L，车身长度、宽度、高度不超过3.8m、1.6m和2m，最大载货量不超过600kg的汽车。微型汽车产品具有燃料消耗少、使用费用低、占地面积小、用途多、适应性广等特点。微型汽车包括微型轿车、微型客车、微型货车。微型轿车主要是指发动机排量在1升以下的，微型客车主要是指长度不超过3.5米，微型货车主要是指载重在1.8吨以下。

中国报告网发布的《2012-2016年中国微型汽车行业市场调研与投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了微型汽车相关概述、中国微型汽车市场运行环境等，接着分析了中国微型汽车市场发展的现状，然后介绍了中国微型汽车重点区域市场运行形势。随后，报告对中国微型汽车重点企业经营状况分析，最后分析了中国微型汽车行业发展趋势与投资预测。您若想对微型汽车产业有个系统的了解或者想投资微型汽车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 微型汽车产业市场概述

#### 第一节 汽车的相关介绍

- 一、汽车的定义
- 二、汽车的分类
- 三、汽车的性能

#### 第二节 微型汽车的定义及分类

- 一、微型汽车的定义
- 二、微型汽车的特点
- 三、微型汽车的分类

#### 第三节 微型轿车简述

- 一、微型轿车简介
- 二、微型轿车的特点
- 三、微型轿车的价格区间
- 四、微型轿车发展的优势

#### 第四节 微型客车与微型货车的简介

- 一、微型客车的定义
- 二、微型货车的定义
- 三、微型客车与微型轿车的区别

#### 四、微型客车与其它客车的区别

### 第二章 中国微型汽车行业发展现状及趋势

#### 第一节 中国微型车市场的发展综述

##### 一、中国微型车市场的发展演变历程

##### 二、中国微型车行业的发展现状

##### 三、中国微型汽车行业竞争力分析

##### 四、金融危机下微型车扮演重要市场角色

#### 第二节 中国微型汽车行业发展的新市场特征

##### 一、微车产品呈现高档化和环保安全化

##### 二、微型车产品内涵扩大更新速度加快

##### 三、产品品牌价值突出市场竞争延伸到多方位

##### 四、微型汽车越来越受到市场各方关注

#### 第三节 中国微型车发展面临的问题及对策分析

##### 一、中国微车市场走低的原因及发展出路

##### 二、自主品牌微车面临危机《微型车法》亟待出台

##### 三、微车市场发展尚需宽松外部环境

##### 四、中国微型车厂商应该评估的策略

### 第三章 中国微型汽车市场现状及发展趋势

#### 第一节 中国微型汽车市场供给状况

#### 第二节 中国微型汽车市场需求状况

#### 第三节 中国微型汽车市场结构状况

#### 第四节 中国微型汽车市场存在的问题及障碍

#### 第五节 中国微型汽车市场发展潜力及发展趋势

### 第四章 中国微型汽车市场消费者行为状况

#### 第一节 消费者构成

#### 第二节 消费者信息渠道

#### 第三节 消费者消费渠道

#### 第四节 消费者决策因素

#### 第五节 消费者消费动机

#### 第六节 消费者地区差异

### 第五章 中国微型汽车产业基本竞争战略

#### 第一节 成本领先战略

##### 一、竞争战略的类型

##### 二、竞争战略的适用条件及组织要求

##### 三、竞争战略的收益及风险

#### 四、微型汽车行业该战略的SWOT分析

#### 五、微型汽车行业该战略的典型企业分析

##### 第二节 差异化竞争战略

##### 第三节 集中化竞争战略

#### 第六章 中国微型汽车行业市场竞争策略分析

##### 第一节 微型汽车行业市场五种竞争动力模式结构

###### 一、行业内现有企业的竞争

###### 二、新进入者的威胁

###### 三、替代品的威胁

###### 四、供应商的讨价还价能力

###### 五、购买者的讨价还价能力

##### 第二节 微型汽车行业市场不同市场地位的竞争策略分析

###### 一、领先者

###### 二、挑战者

###### 三、跟随者

###### 四、补缺者

##### 第三节 微型汽车行业市场竞争案例分析

###### 一、扩大市场份额的竞争案例

###### 二、提高品牌效应的竞争案例

###### 三、经营模式创新竞争的案例

###### 四、新进入者的竞争案例

#### 第七章 中国微型汽车行业市场营销策略竞争分析

##### 第一节 市场产品策略

##### 第二节 市场渠道策略

##### 第三节 市场价格策略

##### 第四节 广告媒体策略

##### 第五节 客户服务策略

#### 第八章 国内微型汽车行业重点企业分析

##### 第一节 企业1

###### 一、企业概况

###### 二、企业优劣势分析

###### 三、2009-2011年经营状况分析

###### 四、2012-2016年公司发展战略分析

##### 第二节 企业2

###### 一、企业概况

## 二、企业优劣势分析

### 三、2009-2011年经营状况分析

### 四、2012-2016年公司发展战略分析

## 第三节 企业3

### 一、企业概况

## 二、企业优劣势分析

### 三、2009-2011年经营状况分析

### 四、2012-2016年公司发展战略分析

## 第四节 企业4

### 一、企业概况

## 二、企业优劣势分析

### 三、2009-2011年经营状况分析

### 四、2012-2016年公司发展战略分析

## 第五节 企业5

### 一、企业概况

## 二、企业优劣势分析

### 三、2009-2011年经营状况分析

### 四、2012-2016年公司发展战略分析

## 第六节 企业6

### 一、企业概况

## 二、企业优劣势分析

### 三、2009-2011年经营状况分析

### 四、2012-2016年公司发展战略分析

## 第九章 中国微型汽车行业市场发展预测

### 第一节 中国微型汽车行业发展环境预测

#### 一、经济环境预测

#### 二、社会环境预测

#### 三、政策环境预测

#### 四、技术环境预测

### 第二节 中国微型汽车产业发展预测

#### 一、产业竞争要素预测

#### 二、产业结构预测

#### 三、产业转移趋势

#### 四、产业一体化预测

#### 五、产业运营模式预测

### 第三节 中国微型汽车市场发展预测

- 一、2012-2016年中国微型汽车市场需求预测
- 二、2012-2016年中国微型汽车市场结构预测
- 三、2012-2016年中国微型汽车市场集中度预测
- 四、2012-2016年中国微型汽车市场供给预测
- 五、2012-2016年中国微型汽车市场价格预测

### 第四节 中国微型汽车行业竞争发展趋势

- 一、产品竞争趋势
- 二、技术竞争趋势
- 三、行业升级趋势
- 四、渠道发展趋势
- 五、品牌竞争趋势
- 六、价格竞争趋势

## 第十章 中国微型汽车行业市场投资机会与风险

### 第一节 中国微型汽车行业市场投资优势分析

### 第二节 中国微型汽车行业市场投资劣势分析

### 第三节 中国微型汽车行业市场投资机会分析

### 第四节 中国微型汽车行业市场投资风险分析

## 第十一章 中国微型汽车产业市场竞争策略建议

### 第一节 中国微型汽车产业竞争战略建议

- 一、竞争战略选择建议
- 二、产业升级策略建议
- 三、产业转移策略建议
- 四、价值链定位建议

### 第二节 中国微型汽车行业竞争策略建议

- 一、核心竞争力塑造建议
- 二、并购重组策略建议
- 三、经营模式策略建议
- 四、产业资源整合建议
- 五、行业联盟策略建议

### 第三节 中国微型汽车市场竞争策略建议

- 一、市场定位策略建议
- 二、产品开发策略建议
- 三、渠道竞争策略建议
- 四、品牌竞争策略建议

五、价格竞争策略建议

六、客户服务策略建议

第四节 投资风险规避建议

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

中国报告网发布的《2012-2016年中国微型汽车行业市场调研与投资战略研究报告》共十一章。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/122586122586.html>