

2007年中国轿车行业市场分析咨询报告（2007年 第二版）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2007年中国轿车行业市场分析咨询报告（2007年第二版）》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/jixie/2642226422.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

内容简介2007年1-7月份，我国自主品牌轿车共销售74.58万辆，占轿车销售总量的28%，市场占有率位居第一。1-7月份，销量排名前十位的轿车品牌依次为桑塔纳、捷达、凯越、凯美瑞、QQ、夏利、雅阁、福美来、福克斯和伊兰特。其中自主品牌轿车只占三席，且市场占有率优势明显集中于微轿。自主品牌轿车能有这样的市场表现，其最大的竞争力在于具备了优越的性价比。微轿当道，虽然构成了自主品牌轿车市场份额的中流砥柱，但是，这种局面显然离充分占领各级细分市场，构建成熟的汽车工业体系尚有距离。随着跨国公司尤其是日系开始大举进军国内小型车市场，自主品牌依靠价格优势占据的传统“地盘”恐再难保。在国内车市的各细分市场中，中级车市场无疑是竞争最为激烈的一个细分市场。不同于经济型车市捷达、凯越独占鳌头，中高级车市凯美瑞、雅阁和帕萨特三驾马车领跑，中级车市各车型可谓是不分伯仲。目前，自主品牌虽然已经打入中级车市场的腹地，但与合资品牌相比，仍然处于被动地位。在目前的轿车市场上，降价依然是最简单的竞争手段。但从成本的角度来分析，自主品牌汽车的价格已基本降到只有微利的程度。自主品牌价格至上的简单营销方式，虽然在中级车市场上也如法炮制，但并没有收到良好成效。在自主品牌走出去的问题上，不管是“碰撞门”还是俄罗斯产业政策的调整，无疑都给中国品牌带来了相当程度的伤害。如今的国际市场形势已然发生剧变，除了中国汽车耕耘已久的中东、非洲、拉美市场相对稳定之外，欧美等汽车工业发达地区对中国品牌的警惕，俄罗斯这样的汽车发展中国家在产业政策上对于中国品牌的抵制，都是国内车企必须面对的问题。近期三大汽车集团发力自主品牌标志着自主品牌进入一个新的发展阶段，同时也揭开了中外企业对决的大幕。自主品牌应该如何应对挑战呢？成长路径、发展模式又有哪些可以参考的经验呢？本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中国汽车工业协会、中国行业研究网、《中国汽车报》等国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及汽车专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国轿车产业的宏观发展环境、发展现状和发展趋势进行了深入透彻地分析，重点分析了轿车产业营销策略、消费情况、细分市场竞争力、国内外轿车企业发展对比。报告还对我国主要轿车企业作了详细分析，以及轿车企业发展策略作了阐述，是轿车生产、经营企业、科研机构等单位准确了解目前轿车产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考。

目 录CONTENTS

第一部分 行业发展宏观环境概况

第一章 全球轿车市场分析

1第一节 全球轿车市场格局分析

1一、世界汽车格局分析

1二、世界500强企业经济数据浅析

1三、俄罗斯市场成为外国汽车制造商的重要阵地

5第二节 欧美轿车市场发展分析

5一、2007年上半年欧洲畅销品牌及车型汇总

5二、2007年上半年欧盟车市点评

9三、2007年7月美国车市点评

11四、2007年7月德国车市分析

15五、法国汽车工业近年发展概况

16六、2007年8月意大利车市分析

20七、2007年8月西班牙车市分析

21八、2007年7月英国车市分析

21第三节 亚洲轿车市场分析

24一、日本汽车产业发展概况

- 24二、2007年上半年日本汽车市场分析
- 32四、日系车在韩火爆韩系车在日低迷
- 33六、韩国小型车市场起亚一枝独秀
- 国际汽车厂商发展情况
- 39二、2007年上半年戴姆勒经营情况分析
- 41四、日本丰田汽车2009年总销量破千万辆
- 43六、2007年美国通用汽车发展情况
- 46八、2007年第2季度福特经营业绩
- 我国轿车工业发展环境分析
- 49一、当前宏观经济形势与政策取向
- 宏观政策影响分析
- 55二、出口退税未影响整车企业
- 59四、小排量车遭遇技术“关卡”
- 钢铁工业走势分析
- 67二、宝钢降价汽车行业将获实惠
- 汽车工业影响进出口因素分析
- 71二、知识产权成为汽车零件出口最大障碍
- 74第二部分 行业发展现状分析第三章 2007年中国轿车工业发展现状分析
- 我国汽车工业发展现状
- 79二、2007年上半年汽车商品进出口简述
- 82四、技术换市场中国车企海外“反攻”
- 87一、2007年上半年轿车市场发展分析
- 90三、小排量轿车市场主力地位逐渐形成
- 96五、2007年上半年微型轿车销量分析
- 轿车市场与技术发展分析
- 104二、合资汽车企业遭遇大众汽车的技术封锁
- 108四、我国燃料电池轿车研发进入世界先进行列
- 109一、长城轿车发展动态
- 111第四章 2007年我国轿车市场分析
- 113一、2007年7月我国轿车市场产销分析
- 142三、2007年汽车淡季市场新车和降价分析
- 151五、33款新车下半年逐鹿车市
- 2007年轿车业进出口分析
- 160二、2007年上半年我国汽车出口新形势
- 167四、自主品牌出口群体发力
- 30三、日产本田重振日本柴油乘用车产业
- 33五、韩国汽车对华出口下降
- 35七、2007年6月印度车市点评
- 39一、2007年上半年大众经营情况分析
- 41三、2007年上半年宝马经营业绩
- 42五、2007年上半年菲亚特集团经营业绩
- 43七、2007年上半年现代汽车经营业绩
- 47九、本田汽车全年盈利预期提高
- 48第二章 宏观经济走势分析
- 49第一节 再次“适量微调”防止经济走向过热
- 53第二节 从国3排放标准实施看汽车行业的节能减排
- 56三、发改委新车目录自主品牌占据半壁江山
- 61五、汽车行业发展遇管理瓶颈
- 64第三节 2007-2010年我国汽车用钢需求预测
- 67一、汇率变化对下半年进口车价格影响分析
- 68三、2007年下半年钢铁行价格走势预测
- 71一、警惕汽车出口成贸易摩擦高发区
- 79第一节 2007年上半年汽车工业集团利润增长情况
- 82三、轿车分级混乱政府将统一标准
- 85第二节 中国轿车市场发展现状分析
- 87二、2007年1-7月自主轿车发展状况
- 94四、2.0L将成中高级轿车的主战场
- 99六、二手车市场现状分析
- 101第三节 自主品牌汽车全力研发新能源技术
- 105三、标准缺失缚住汽车产业“拳脚”
- 109第四节 进军轿车企业发展动态
- 111三、陆风进军轿车市场
- 113第一节 2007年国内轿车行业发展分析
- 113二、2007年1-7月全国轿车市场现状分析
- 149四、国产轿车平均排量一年提高0.15L
- 154第二节 2007年进口汽车市场分析
- 163三、2006-2007年7月轿车进出口统计分析
- 170五、我国小轿车出口车型排量“渐长”

- 171六、2007上半年广东轿车出口额 172第三节 2007年轿车细分市场分析
- 172一、2007年6月微型轿车市场分析 172二、2007年4月中级轿车市场分析 187第三部分
- 行业营销与消费分析第五章 我国轿车营销分析 203第一节 中国轿车营销模式分析
- 203一、汽车营销的新模式 203二、4S店模式面临破局
- 205三、因特网、车展是汽车厂商营销的最佳手段 206第二节 国内轿车品牌营销策略分析
- 210一、汽车经销商如何运用口碑传播进行营销 210二、品牌联合营销策略的应用
- 212三、中国汽车市场两厢车营销策略浅析 218四、对加强我国汽车文化营销的探讨
- 220五、汽车服务营销重要性凸现 225六、汽车差异化营销需要精确定位
- 227七、塑造汽车经销商服务品牌势在必行 230第三节 2007年上半年汽车营销战略创新研究
- 234一、2007年上半年汽车销售形势与产业格局分析
- 235二、2007年上半年中国汽车营销以及主流汽车营销模式分析
- 237三、2007年上半年取得市场突破的创新型企业营销战略分析
- 242四、专家重点推荐营销创新战略 249第六章 我国轿车消费市场分析 257第一节
- 轿车消费市场调查分析 257一、截至2007年上半年私人轿车总量
- 257二、沿海与内陆汽车消费特征比较 257三、最受中外女性喜爱的车型对比
- 261四、国内女性汽车用户的选车变化 264五、近六成车主购车借力互联网
- 265六、中国汽车用户消费形态分析 266七、全国汽车消费市场及现状调查
- 269八、中国消费者对汽车品牌忠诚度低
- 275九、二季度北京市95%汽车消费投诉指向小轿车 278第二节
- 影响我国轿车消费的因素分析 278一、燃油税影响近八成购车人
- 278二、服务水平成为提高再购率的主要因素
- 281三、央行新一轮加息车贷面临全面紧缩局势 282第四部分 行业竞争格局分析第七章
- 我国轿车市场竞争分析 285第一节 汽车行业竞争格局 285一、中国汽车业酝酿变局
- 285二、中印自主品牌汽车开始全球市场较量 288三、中国自主品牌汽车出现分化
- 291四、品牌竞争将成车市主要竞争手段 292五、中国轿车市场格局 295第二节
- 我国中高级轿车竞争现状分析 299一、中高级轿车重排座次实力为主
- 299二、中高级轿车真正的竞争拉开序幕 308三、中级车格局裂变自主品牌进入前三甲
- 309四、中高级车竞争升级豪车聚齐狂抢份额 313五、日系豪华车捅破德系垄断传统格局
- 315六、豪华车品牌抢滩中国车市 318第三节 微型经济型轿车市场竞争格局分析
- 319一、经济型轿车拉大利润差距 319二、跨国巨头下探低端市场
- 320三、微型轿车业的竞争分析 324第四节 轿车市场价格分析
- 328一、国内主流家庭轿车价格战愈演愈烈 328二、7月份中级车成降价重灾区
- 329三、8月汽车市场价格连环跳水 330第五节 我国轿车自主品牌竞争分析
- 333一、2007年上半年自主品牌的防守与反击 333二、自主品牌冲击中高级车市时机已到
- 335三、自主品牌出口期待调整 337四、自主品牌纷纷“换心”以抢占市场先机

339五、提高国产化率是竞争唯一出路 341第六节 合资企业市场竞争特点分析
344一、合资车企决战“第二工厂” 344二、合资车企打响小型车市场攻擂战
346三、两个丰田南强北弱销售态势解析 349四、韩系车企发展困境 353第八章
著名轿车制造企业介绍 359第一节 中国第一汽车集团 359一、集团概况 359二、发展动态
361三、发展分析 364四、经营情况 368第二节 上海汽车集团股份有限公司
370一、集团简介 370二、企业发展 371三、经营情况 389四、财务分析 392第三节
东风汽车集团公司 394一、集团概况 394二、发展动态 395三、战略项目 401第四节
广州汽车集团股份有限公司 405一、集团简介 405二、新车上市 406三、发展动态
409第五节 北京现代汽车有限公司 413一、企业简介 413二、销售情况 413三、发展现状
414四、发展策略 416第六节 长安汽车集团 418一、集团概况 418二、经营情况
419三、轿车销量 421四、财务状况 424第七节 安徽奇瑞汽车有限公司 426一、企业简介
426二、产品发展 428三、发展动态 430四、战略合作 433第八节 浙江吉利汽车有限公司
435一、企业简介 435二、发展现状 435三、发展动态 438四、资本运作 440第五部分
行业发展趋势与机会第九章 我国轿车市场发展趋势及预测 443一、中国汽车业八大新趋势
443二、预计2015年中国汽车销量将跃居全球第一
446三、父子车型、衍生车型将成乘用车产品发展趋势
448四、小排量SUV汽车将成消费新趋势 449五、轿车内饰件的设计开发与发展趋势
450六、两厢车引领中美消费趋势 456七、下半年汽车消费六大走向 457第十章
我国轿车行业投资分析 460一、我国汽车后市场蕴含发展空间
460二、汽车导航已成为中国车载GPS市场发展方向
462三、2010年中国汽车传感器市场将超百亿 464四、2007年汽车IC市场展望持续乐观
466五、中国与肯尼亚汽车业合作前景广阔 467第六部分 行业发展策略分析第十一章
国内外轿车品牌发展比较 469第一节 在华跨国轿车企业发展分析 469一、大众汽车
469二、丰田汽车 476三、本田汽车 478四、通用汽车 482五、福特汽车 486六、戴克中国
490第二节 中国市场轿车本土品牌现状和前景展望 490一、本土轿车品牌现状
491二、本土轿车品牌所面临的问题和威胁 495三、前景展望及其影响 498第三节
自主轿车品牌发展分析 499一、自主品牌进入新发展阶段
499二、奇瑞成首个进入“百万辆俱乐部”的自主品牌 503三、自主品牌多基地运作成风
508四、自主品牌的市场份额与竞争力困惑 509五、自主品牌汽车俄罗斯生存报告
514六、自主品牌汽车企业的前景描述 519第四节 汽车企业合资合作发展分析
525一、上汽、南汽启动全面合作 525二、中外汽车合资合作新模式
527三、哈飞、PSA密谋双品牌战略 530四、南汽、菲亚特合作谈判破裂 534第十二章
我国轿车发展策略的分析 538第一节 国内外汽车企业发展战略
538一、日本丰田在美国的经营之道 538二、汽车跨国公司致力于混合动力战略
543三、自主品牌乘用车企业发动机战略逐步清晰 546四、中国轿车柴油化发展战略动态

- 548第二节 我国汽车产业发展思考 563一、汽车合资的现在与将来
- 563二、中国汽车业面临知识产权大考 565三、自主品牌要避免低成本增长误区
- 567四、从中国乘用车市场趋势看自主品牌的发展 568第三节 我国汽车工业发展对策研究
- 572一、中国自主品牌轿车发展模式的探讨
- 572二、自主品牌齐走高端路线要把握好七个方面 579三、提高现代轿车企业的核心竞争力
- 582四、全球价值链背景下国有汽车企业的发展路径
- 585图表目录
- 图表：世界500强中汽车及零部件制造商企业排名
- 3图表：2006-2007年二季度欧洲（含欧盟与EFTA国家）乘用车销量统计
- 6图表：2007年1-6月欧洲新乘用车销量 7图表：2007年6月欧洲十大最畅销品牌
- 8图表：2007年6月份欧洲市场最畅销车型 9图表：2007年7月美国轻型车市场销量统计
- 12图表：2007年前7月美国市场的前20大畅销车型统计
- 13图表：2007年1-7月英国新车销量情况 22图表：2004-2007年7月英国新车销量走势
- 22图表：2007年1-7月份英国柴油车销量统计
- 23图表：2007年7月英国汽车销售统计（按类型）
- 23图表：2001-2007年7月英国基础利率与汽车销量变化的关系
- 24图表：日本汽车工业总的工作人员占全部劳动力比例
- 25图表：1996-2005年日本汽车持有量统计 26图表：1996-2005年日本汽车市场走势
- 26图表：1990-2006年日本GDP与乘用车销量走势对比图
- 27图表：日本乘用车购买消费倾向调查
- 27图表：1997-2006年日本汽车驾照持有量年度统计
- 28图表：2006年日本二手车销量分类统计
- 28图表：1997-2006年日本新车与旧车销量走势对比
- 29图表：2007年7月日本畅销车型前20名列表
- 32图表：2007年6月印度乘用车市场七大厂商销量
- 37图表：2007年6月份印度乘用车市场七大厂商增长率
- 37图表：2007年1-6月重点汽车企业（集团）经济指标汇总表
- 79图表：2007年上半年主要汽车集团上半年利润、主营业务收入增长
- 81图表：2007年7月基本型乘用车（轿车）生产汇总表
- 113图表：2007年7月基本型乘用车（轿车）销售汇总表
- 114图表：2007年7月份一汽轿车各车型产量信息
- 115图表：2007年7月份一汽大众各车型产量信息
- 116图表：2007年7月份天津一汽各车型产量信息
- 117图表：2007年7月份一汽丰田各车型产量信息
- 117图表：2007年7月份一汽集团其他公司各车型产量信息
- 117图表：2007年7月份上海通用各车型产量信息

- 118图表：2007年7月份上海大众各车型产量信息
- 119图表：2007年7月份广州本田各车型产量信息
- 120图表：2007年7月份东风神龙各车型产量信息
- 121图表：2007年7月份东风悦达各车型产量信息
- 121图表：2007年7月份东风有限各车型产量信息
- 122图表：2007年7月份郑州日产各车型产量信息
- 122图表：2007年7月份东风本田各车型产量信息
- 123图表：2007年7月份北京现代各车型产量信息
- 123图表：2007年7月份北京奔驰各车型产量信息
- 123图表：2007年7月份奇瑞各车型产量信息
- 124图表：2007年7月份南汽集团各车型产量信息
- 125图表：2007年7月份吉利各车型产量信息 125图表：2007年7月份哈飞各车型产量信息
- 126图表：2007年7月份昌河各车型产量信息
- 126图表：2007年7月份长安汽车各车型产量信息
- 127图表：2007年7月份长安福特各车型产量信息
- 127图表：2007年7月份长安铃木各车型产量信息
- 127图表：2007年7月份比亚迪各车型产量信息
- 128图表：2007年7月份重庆力帆各车型产量信息
- 128图表：2007年7月份广州丰田各车型产量信息
- 128图表：2007年7月份一汽轿车各车型销量信息
- 129图表：2007年7月份一汽大众各车型销量信息
- 129图表：2007年7月份天津一汽各车型销量信息
- 130图表：2007年7月份一汽丰田各车型销量信息
- 131图表：2007年7月份一汽集团其他公司各车型销量信息
- 131图表：2007年7月份上海通用各车型销量信息
- 132图表：2007年7月份上海大众各车型销量信息
- 133图表：2007年7月份广州本田各车型销量信息
- 134图表：2007年7月份东风神龙各车型销量信息
- 134图表：2007年7月份东风悦达各车型销量信息
- 135图表：2007年7月份东风有限各车型销量信息
- 136图表：2007年7月份郑州日产各车型销量信息
- 136图表：2007年7月份东风本田各车型销量信息
- 137图表：2007年7月份北京现代各车型销量信息
- 137图表：2007年7月份北京奔驰各车型销量信息
- 137图表：2007年7月份奇瑞各车型销量信息

- 138图表：2007年7月份南汽集团各车型销量信息
- 138图表：2007年7月份吉利各车型销量信息 139图表：2007年7月份哈飞各车型销量信息
- 140图表：2007年7月份昌河各车型销量信息
- 140图表：2007年7月份长安汽车各车型销量信息
- 141图表：2007年7月份长安福特各车型销量信息
- 141图表：2007年7月份长安铃木各车型销量信息
- 141图表：2007年7月份比亚迪各车型销量信息
- 142图表：2007年7月份广州丰田各车型销量信息
- 142图表：2007年7月份乘用车市场产量统计数据
- 143图表：2007年7月份乘用车市场销量统计数据
- 143图表：2005-2007年7月乘用车(轿车/MPV/SUV)月销量走势图
- 144图表：2007年7月狭义乘用车生产商销量排行榜(国内外销售批发数)
- 144图表：2007年7月狭义乘用车生产商销量排行榜(国内销售综合数)
- 145图表：2007年7月广义乘用车生产商销量排行榜(国内外销售批发数)
- 145图表：2007年7月广义乘用车生产商销量排行榜(国内销售综合数)
- 146图表：2007年1-7月基本型乘用车（轿车）前十家生产企业销量排名
- 146图表：2007年7月轿车销量前十位品牌排名
- 147图表：2007年上半年轿车分车型批发销售量统计表
- 147图表：2007年1-7月轿车销量前十位品牌排名
- 148图表：2007年1-7月分国别产轿车销售情况 149图表：2007年2-7月全国轿车产量统计
- 154图表：2007年2-7月北京市轿车产量统计 154图表：2007年2-7月天津市轿车产量统计
- 155图表：2007年2-7月辽宁省轿车产量统计 155图表：2007年2-7月吉林省轿车产量统计
- 155图表：2007年2-7月黑龙江轿车产量统计 155图表：2007年2-7月上海市轿车产量统计
- 156图表：2007年2-7月江苏省轿车产量统计 156图表：2007年2-7月浙江省轿车产量统计
- 156图表：2007年2-7月安徽省轿车产量统计 156图表：2007年2-7月福建省轿车产量统计
- 157图表：2007年2-7月江西省轿车产量统计 157图表：2007年2-7月山东省轿车产量统计
- 157图表：2007年2-7月湖北省轿车产量统计 158图表：2007年2-7月湖南省轿车产量统计
- 158图表：2007年2-7月广东省轿车产量统计 158图表：2007年2-7月广西区轿车产量统计
- 158图表：2007年2-7月海南省轿车产量统计 159图表：2007年2-7月重庆市轿车产量统计
- 159图表：2007年2-7月云南省轿车产量统计 159图表：2007年2-7月陕西省轿车产量统计
- 159图表：2001-2006年汽油机轿车分排量进口情况
- 160图表：2006年汽车进口量与2005年对比 161图表：2006年轿车分排量进口统计
- 167图表：2006年轿车分排量出口统计 167图表：2007年1-7月轿车分排量进口统计
- 167图表：2007年1-7月轿车分排量出口统计
- 168图表：2007年1-6月份轿车进口国家和地区情况

- 168图表：2007年6月份微型轿车分品牌月度产销表
- 172图表：2007年6月份微型轿车销量前10名品牌销量对比及增长率
- 173图表：2007年6月份微型轿车各品牌市场占有率一览
- 174图表：2007年6月份微型轿车主流产品价格区间
- 175图表：2007年微型轿车主要品牌长、宽、高及轴距对比表
- 175图表：2007年微型轿车主要品牌长度、轴距对比图
- 176图表：2007年微型轿车主要品牌动力性
- 177图表：2007年微型轿车主要品牌最大功率、最大扭矩对比
- 178图表：2007年微型轿车主要品牌最大功率、百公里油耗对比
- 178图表：2007年微型轿车主要品牌最高车速对比
- 179图表：2007年微型轿车各车型安全性比较
- 180图表：2007年微型轿车各车型舒适性配置比较
- 180图表：2000-2006年微型轿车各车型投放时间
- 181图表：各微型轿车市场定位图
- 182图表：2007年6月份微型轿车主要车型量价图
- 183图表：2007年4月份中级轿车分品牌月度产销表
- 187图表：2007年4月份中级轿车销量前10名品牌销量对比及增长率
- 188图表：2007年4月份中级轿车各品牌市场占有率一览
- 189图表：2007年4月份中级轿车占整个轿车市场的份额
- 190图表：2007年4月份中级轿车主要品牌价格分布区间
- 191图表：2007年中级轿车主要车型长、宽、高、轴距对比表
- 191图表：2007年中级轿车各车型长度、轴距对比
- 192图表：2007年中级轿车各车型动力性
- 193图表：2007年中级轿车各车型最大功率、最大扭矩对比
- 193图表：2007年中级轿车各车型最大功率、百公里油耗对比
- 194图表：2007年中级轿车各车型最高车速对比
- 195图表：2007年中级轿车各车型安全性
- 195图表：2007年中级轿车各车型舒适性
- 196图表：1999-2006年中级轿车主流产品投放时间
- 197图表：中级轿车主要车型市场定位
- 198图表：2007年4月份中级轿车主要车型量价图
- 199图表：中国购车者心目中各种信息来源的价值
- 207图表：近年来通用汽车在华“车型-产量-价格”的营销模式
- 238图表：未来几年上海通用的营销战略
- 239图表：客户关系维护的四大策略
- 253图表：2006年最受美国女性欢迎的十大车型
- 263图表：燃油税的花费与汽车驾驶里程的关系
- 279图表：2005-2006年中高级轿车品牌销量、份额及排名情况
- 302图表：市场指导价格进入18万元及以下区间的厂家、品牌、车型数量及价格情况
- 303图表：2007年1-4月中级车各车型价格与上牌量对照图
- 311图表：2007年1-4月中级车各车型分省上牌量

- 311图表：2007年1-4月花冠的区域市场分布
- 312图表：2007年1-4月中级车各车型消费者年龄分布
- 313图表：2006年各品牌微型轿车产销量统计 327图表：一汽集团整体资产结构
- 360图表：2006年一汽集团乘用车和商用车资产盈利比较
- 360图表：一汽集团旗下上市公司财务数据 361图表：上海汽车股份有限公司旗下主要资产
- 370图表：2004-2006年前5大汽车集团排名变化
- 371图表：2000-2007年1季度上汽乘用车市场份额变化 372图表：上汽的发展历程
- 372图表：2006-2007年1季度上汽集团分部销售数据
- 373图表：2005-2006年上汽集团分部利润比较估计
- 373图表：1999-2006年上海通用轿车销量及市场占有率 374图表：通用中国生产基地布局
- 375图表：2006年上海通用分车型销量构成 375图表：2006年上海通用分部盈利构成
- 375图表：上海通用产品价位覆盖范围 376图表：我国主要轿车合资企业销售净利率比较
- 377图表：1999-2006年上海通用产品投放史 378图表：通用全球品牌构成
- 379图表：2007-2008年上海通用产品销量预测
- 379图表：1997-2006年上海大众年销量及市场占有率统计
- 380图表：1998-2006年上海大众盈利数据估计 381图表：上海大众产品投放时间示意图
- 381图表：合资轿车企业单车均价比较 382图表：南北大众产品比较
- 383图表：大众旗下品牌 383图表：大众全球销售品牌及产品构成
- 384图表：2007-2008年上海大众产品销量预测 385图表：2007-2008年上海大众盈利预测
- 385图表：上海大众主要车型 390图表：2007年上半年上汽集团汽车销量情况
- 391图表：2007年上半年上海汽车集团股份有限公司获利能力表
- 392图表：2007年上半年上海汽车集团股份有限公司经营能力表
- 392图表：2007年上半年上海汽车集团股份有限公司偿债能力表
- 393图表：2007年上半年上海汽车集团股份有限公司资本结构表
- 393图表：2007年上半年上海汽车集团股份有限公司发展能力表
- 394图表：2007年上半年上海汽车集团股份有限公司现金流量分析表
- 394图表：广州汽车集团股份有限公司架构 406图表：长安汽车资产结构图
- 419图表：2004-2008年公司分车型销售趋势 420图表：2007年上半年长安汽车分产品销量
- 422图表：2006-2008年长安福特马自达产品销量及预测
- 423图表：2007年上半年重庆长安汽车股份有限公司获利能力表
- 424图表：2007年上半年重庆长安汽车股份有限公司经营能力表
- 425图表：2007年上半年重庆长安汽车股份有限公司偿债能力表
- 425图表：2007年上半年重庆长安汽车股份有限公司资本结构表
- 425图表：2007年上半年重庆长安汽车股份有限公司发展能力表
- 426图表：2007年上半年重庆长安汽车股份有限公司现金流量分析表

426图表：奇瑞产品系列

429图表：奇瑞海外布局图

435图表：2001-2007年中国汽车消费量占全球总消费量的比例

446图表：2000-2007年6月各级别轿车的市场份额

446图表：中国车载GPS市场规模与增长（按2002-2006年销售额）

463图表：2006年车载GPS市场产品结构 463图表：2005~2010年全球汽车IC市场产值

467图表：2006与2001年乘用车细分市场变化对比（不含微型客车）

493图表：2006年中国乘用车细分市场销售增长幅度

497图表：2005-2016年中国本土乘用车品牌市场份额走势预测

497图表：部分中国本土轿车企业研发情况和展望

498图表：奇瑞合资合作模式

528图表：1997-2007年中国汽车市场增长率走势 569图表：全国各级市场的需求及增长

570图表：各级别车型购买决策关键因素 571图表：汽车零部件领域我国与国外的差距

579图表：SAE在1983-1993年轿车市场上和MMC的合作

589图表：1994年后轿车市场上SAE和MMC的合作

590图表：部分SAE发展自主品牌轿车的情况 592

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2642226422.html>