

2007年中国轿车市场研究报告

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《2007年中国轿车市场研究报告》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/jixie/2649226492.html>

报告价格：电子版: 6200元 纸介版：6700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

引言中国轿车的需求主体主要有三个：私人用车、集团用车和出租用车，近年来轿车的销售量在汽车行业中的比重逐年上升。私人用车需求成为轿车需求的主体，这同中国经济快速稳定增长和新的汽车政策有很大的关系。2006年国内轿车市场全年实现产销388.34万辆和385.65万辆，同比增长40.9%和35.3%，同比增速比上年增加10个百分点以上，出现了继2002、2003年之后又一次较大幅度的增长，年增长达100万辆。2006年国内轿车市场已经站在了一个新的台阶上，达到了月均销车30万辆偏上的水平，并于年底突破了40万辆，创出43万辆的历史新高。2006年中国汽车共出口约10万辆，同比增长59.3%。轿车已经成为中国汽车出口的主力军，占汽车出口总量的25%：轿车出口2.5万辆，较去年同期增长48.9%。在国内轿车类上市公司中，出口量最大的为长安汽车。今年一季度，长安汽车海外出口7050辆，同比增长84.7%，出口量由2006年的第4名跃居全国汽车行业第2位。长安汽车首款自主知识产权轿车——长安奔奔成为长安汽车出口的重要推动力。自主品牌发展成为改变轿车行业市场格局的根本性因素。2006年是自主品牌向合资品牌挑战的一年，自主品牌的轿车销量98.28万辆，占轿车销售总量的26%。其中奇瑞汽车、吉利汽车销量位居前十名，销量分别为30.5万辆和20.43万辆，两大自主品牌销量占据了全部自主品牌轿车销量的一半以上；此外，一汽夏利中自主品牌轿车的销量超过15万辆，华晨汽车、海马汽车、比亚迪汽车、哈飞汽车、昌河汽车的轿车销量也在5万辆左右。以上8家自主品牌的轿车销量超过95万辆，为100万辆自主品牌的轿车销量贡献接近95%。除此之外，自主品牌中的红旗、江南汽车以及其他小型自主品牌轿车厂家的销量都在1万辆左右。2007年，中国的轿车市场将是中级车为消费主力、高级轿车之间竞争更加激烈、经济型轿车保持温和态势的局面，随着自主品牌的实力逐渐壮大，市场竞争将更趋激烈，特别是在国内厂商蜂拥的经济型轿车领域，由此，市场的洗牌在所难免。本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、中国社会经济调查研究中心、中国汽车工业协会、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国轿车市场的供给与需求状况、竞争格局、进出口情况、发展趋势等进行了分析，并对国际轿车市场及加入WTO后中国轿车市场变化、轿车行业投资分析等方面进行了深入探讨。是轿车企业、轿车经营企业以及相关企业和单位、计划投资于轿车的企业和个人等准确了解目前中国轿车市场发展动态，把握轿车行业发展趋势，制定市场策略必备的精品!

目录第一章 2006-2007中国轿车行业投资环境分析第一节 2006-2007年我国宏观经济环境分析一、2006年我国经济运行态势分析二、2007年中国经济展望第二节 2006-2007年汽车行业相关政策分析一、2006年出台的汽车政策法规分析二、2007年汽车政策及预测三、汽车消费多项政策至今难产四、汽车产业相关政策的研究及探讨第三节 中国汽车产业特性分析一、汽车行业整体市场环境二、汽车行业的经济特性三、轿车行业的投资特性分析第二章 2006-2007年中国轿车相关产业发展状况分析第一节 2006-2007年中国钢铁行业运行分析一

、2006-2007年钢铁行业运行分析及预测二、2007年钢铁行业发展趋势预测第二节2006-2007年中国石油市场状况及对汽车产业影响一、2006-2007年中国石油市场发展状况分析二、石油产业决定汽车产业的发展方向（一）石油危机与汽车消费（二）中国汽车排放国标遭遇尴尬 油品供应成为难题（三）油价对我过汽车行业的影响分析（四）2007年油价调整对汽车行业的影响预测第三节 2006-2007年零部件产业发展状况分析一、2006年我国汽车零部件工业概况二、2006年我国汽车零部件行业发展及预测三、2007年我国汽车零部件产业发展及趋势第三章2006-2007年世界汽车市场发展状况分析第一节2006-2007年世界汽车市场分析一、2006-2007年世界汽车市场整体情况二、2007年世界主要汽车市场特点分析第二节2007年世界汽车市场发展趋势分析第四章 中国本土轿车工业与合资企业分析第一节中国轿车工业整体发展情况第二节 本土和合资企业的学习行为及创新策略差异一、生产能力学习机制的差异二、创新能力建立机制的差异三、成本策略的差异四、零部件配套圈开放程度的差异五、结盟对象的差异第三节本土和合资企业的创新特点一、合资企业的创新特点二、本土企业的创新特点第四节 综合分析轿车工业发展一、政府管制和轿车工业发展二、本土企业和持续竞争优势的建立三、合资企业和自主品牌第五节轿车工业发展分析结论及局限性一、轿车工业发展分析结论二、局限性第五章2006-2007年中国乘用车市场状况分析第一节2006-2007年我国乘用车市场分析与预测一、2006年乘用车市场分析二、2007年乘用车市场形势判断第二节 2006-2007年中国乘用车产销分析一、2006年乘用车产销状况分析二、2007年乘用车产销状况分析第三节 2006-2007年中国MPV市场分析一、2006年MPV产销情况二、2006年MPV销售走势及周期分析三、MPV主力品牌销售情况四、2007年小型MPV主攻家庭消费五、2007年MPV市场发展趋势分析第四节2006年中国SUV市场分析一、2006年SUV产销情况二、SUV主力品牌销售情况及市场占有率第五节 2006年交叉型乘用车产销分析第六章2006-2007年中国轿车市场综合分析第一节2006-2007年我国轿车市场分析与预测一、2006年国内轿车市场综述二、2006年轿车产销情况分析三、2007年轿车整体产销情况四、2006-2007年我国轿车市场特点分析第二节、2006-2007年轿车市场自主品牌发展分析一、自主品牌崛起改变市场格局二、中国自主品牌轿车发展模式探讨（一）自主品牌轿车的发展模式（二）自主品牌轿车发展模式的分析（三）自主品牌轿车的发展方向三、中国汽车自主品牌发展特点四、我国轿车自主品牌面临的难题五、我国轿车自主品牌核心竞争力发展策略六、2007年轿自主品牌市场状况七、2007年自主品牌轿车发展趋势第三节2007中国轿车市场价格走势分析一、2007年轿车市场价格战二、2007年10万元以下紧凑型轿车市场价格分析三、2007年中级轿车市场价格走势四、2007年中高档轿车市场价格走势第四节 2007年中国轿车市场发展趋势一、重组整合加快二、市场增势不变三、产品降价不止四、自主品牌发力五、多元化消费六、出口火爆七、赢利越来越难八、到后市场掘金九、海外并购加剧十、消费环境难暖第七章2006-2007年中国轿车细分市场发展分析第一节2006-2007年各级别轿车产销

分析一、微型轿车二、小型轿车三、紧凑型轿车四、中级轿车五、中高档轿车

第二节 2006-2007年国内微型轿车市场分析一、2006-2007年国内微型轿车总体市场表现二、2006-2007年国内微型轿车竞争表现三、小排量汽车解禁对微型轿车影响四、2007年微型车争夺市场份额五、2007年微型轿车产品趋势

第三节 2006-2007年中高级轿车市场分析一、2006年中高级轿车市场状况二、2007年中高级轿车市场展望三、2007年中高档轿车市场特点分析四、2007年2.0L在中高档轿车中的处境五、中高级轿车市场未来发展趋势分析

第八章 中国私人轿车市场分析

第一节 中国私人汽车保有状况分析一、2006年汽车行业发展特点二、2007中国汽车保有展望三、我国主要城市私人汽车保有量分析

第二节 我国私人轿车保有状况分析一、2006年我国私人轿车保有情况二、我国主要城市私人轿车保有量三、2007年私人轿车市场发展趋势分析

第三节 中国私人轿车消费现状分析一、中国城镇居民私人轿车消费调查二、中国私人轿车消费分析

第四节 中国私人轿车地区购买力分析一、北京地区私人轿车消费状况二、上海地区私人轿车消费状况三、广州/深圳地区私人轿车消费状况四、成都地区私人轿车消费状况五、南京地区私人轿车消费状况

第五节 中国私人轿车市场发展潜力分析一、市场需求进一步攀升二、私人轿车市场发展空间巨大

第九章 2006-2007年我国出租车与二手车市场分析

第一节 2006-2007年我国出租车市场分析一、出租车市场发展现状二、出租车主要车型分析及未来发展趋势三、2007年出租车市场动态

第二节 我国二手车市场发展分析一、二手车市场发展现状二、2006年我国二手车市场发展的主要特点三、2006年二手车市场统计分析四、国外二手车市场现状五、我国主要二手车市场发展状况六、我国二手车市场存在的问题及发展前景

第十章 2006-2007年轿车进出口形势分析

第一节 2006—2007年汽车产品进出口总体情况一、2006-2007年汽车出口状况综述二、2006-2007年汽车进口情况综述三、2007年我国汽车商品进出口分析

第二节 2006-2007年轿车进出口分析

第三节 进口轿车与国产轿车的差异分析一、国产轿车目前拥有的优势二、国产轿车的五大劣势三、影响进口轿车因素分析四、2006年进口轿车市场特点分析五、国产轿车与进口轿车价格变化分析六、国产轿车价格过高原因分析

第十一章 中国轿车销售渠道运营状况分析

第一节 国外汽车销售流通情况一、汽车行业渠道发展三种模式二、美国汽车销售渠道模式三、欧洲汽车销售渠道模式四、韩国汽车销售模式五、日本汽车销售渠道模式六、国外汽车流通渠道的特点

第二节 国内轿车销售渠道运营状况分析一、亚运村汽车市场基本状况分析二、云南汽车市场基本状况分析三、成都西部汽车城基本状况分析四、典型轿车四位一体专卖店基本运营状况分析

第十二章 中国轿车营销模式分析

第一节 中国轿车营销模式特征分析一、代理制营销模式二、特许经营模式三、多品牌营销模式四、网络营销模式

第二节 中国轿车不同营销模式的对比分析一、对经销商的资金规模要求二、市场占有率三、进入壁垒四、与制造商实力对比五、委托一代理关系六、制造商与经销商之间的相互依赖性

第三节 我国轿车行业营销体系模式探讨一、我国轿车营销模式的现状二、我国轿车营销体系需解决的问题三、我国轿车营销模式的发展思路

第四节 我国轿车市场营销渠道变革的轨迹分析一、国内轿车市场营销渠道策略选择

分析二、国内市场营销渠道主流模式——直销式三、国内市场营销渠道主要模式——区域多家经销商制四、国内市场营销渠道的发展模式——区域总经销制第五节 中国轿车营销模式发展趋势一、各种营销模式将会长期共存二、营销模式受多种因素影响处于动态变化中三、营销模式的发展与经济水平的发展相一致第十三章

中国轿车市场需求预测及消费者分析第一节 影响我国轿车消费的因素分析一、汽车价格因素（一）国产轿车的高成本，高利润造成“暴利”（二）国内车价依然总体过高（三）进口轿车价格高二、消费者的收入因素三、轿车消费政策因素四、消费者养车的压力因素（一）附加费高制约汽车消费（二）交强险一年缴纳额能贡献车市80万辆车（三）汽油价格不断上涨五、居民收入预期下降影响车市六、消费者心理预期因素第二节 中国轿车消费者调查一、影响消费者购车的因素二、2006年消费者最放心的汽车厂商第三节

2007年中国轿车市场需求预测第十四章 2006-2007年中国轿车市场竞争格局分析第一节 2006-2007年中国轿车市场竞争格局分析一、市场竞争中的价格战二、各级车在竞争中的表现三、自主品牌竞争表现四、小车市场竞争成败的关键因素五、未来轿车市场竞争焦点第二节 2007年主要轿车厂家分析一、广本二、上海大众三、一汽大众四、上海通用五、北京现代六、其他轿车生产企业分析部分图表目录图表

2007-2015年部分中国本土轿车企业研发情况和展望图表

2004-2007年轿车销售月度数据图表 2004-2007年3月我国轿车产量情况（辆）图表

2005-2007年3月我国主要轿车生产省份轿车产量图表

2002-2006年国内生产总值及其增长速度图表

2007年汽车行业发展主要影响因素和发展趋势图表

2005-2007年4月我国钢、钢材、生铁产量情况图表

2005-2007年一季度我国钢铁进出口量图表2005-2007年一季度钢材铁产品进出口情况图表

2005-2007年1季度石油进出口情况图表

2005-2007年1季度石油气及其他烃类气进出口情况图表

2004-2007年4月石油产品产量情况图表 2006年1-9月部分汽车零部件商品出口情况 图表

2006年1-9月部分汽车零部件商品出口情况 图表 2007年1-5月美国主要车型销量情况图表

2001-2006年中国汽车消费量及消费增量占全球的比例 图表

2001-2006年自主品牌乘用车销售情况图表

1999-2006年自主品牌乘用车在各级别中的市场份额 图表

2005-2006年几个主要自主品牌厂家销售量和增长率图表

2005-2006年自主品牌厂商排名变化图表 2005-2016年本土乘用车品牌市场份额图表

2006年中国乘用车细分市场销售增长幅度图表

1999-2006年近年来乘用车国内需求量变化图表

2006-2007年主要机构对2007年中国GDP增速预测 %图表

04-07年第一季度乘用车价格下降幅度显著放缓图表 2006年我国乘用车产销情况图表

2006年乘用车分排量产量和销量图表
2006年主要基本型乘用车厂家产销情况图表
2006年1-2007年2月乘用车销售市场走势图图表
2007年4月乘用车产销情况表图表
2007年4月各排量、档次轿车市场份额图表
2006年MPV产销情况图表
2006年1-9月MPV销售增长情况图表
2006年MPV销售走势与往年比较图表
2006年1-9月主要MPV品牌市场份额变化情况图表
2006年1-9月MPV主要品牌市场占有率图表
2006年1-9月MPV各排量市场占有率图表
2006年1-9月SUV销售情况图表
2003-2006年SUV销售情况比较图表
2006年主要SUV品牌销售情况图表
2006年交叉型乘用车产销情况图表
2006年交叉型乘用车销售增长情况图表
2006年各排量交叉型乘用车市场占有率图表
2005年和2006年轿车月产量趋势比较（单位：辆）图表
2007年1-4月轿车销售前十名图表
2005-2006年部分品牌微型轿车产销量统计图表
2006年11月微型轿车分品牌月度产销表图表
2006年11月微型轿车主要品牌销量同比对照图及增减率图表
2006年微型轿车市场占有率图表
2006年11月小型轿车市场占有率图表
2006年11月份紧凑型轿车市场占有率图表
2006年11月份中级轿车市场占有率图表
2006年11月份高级轿车市场占有率图表
2005、2006年中高级轿车品牌销量、份额及排名情况图表
2006年消费者最放心的汽车厂商图表
2004-2007年有购车能力的家庭户数预测图表
2006年国产乘用车销量月度走势与长期趋势线图表
2006年国产汽车需求量图表
2007年3月主要轿车企业销售排名图表
2006年和2007年1月前5名轿车制造商产量占比情况图表

2006年乘用车分类产销量图表
2007年2月乘用车产销情况表图表
2007年1-4月乘用车产销情况图表
2007年4月乘用车销量排行表图表
2007年4月，乘用车销量排名前十位企业图表
2006年1-9月MPV累计产销情况图表
2006年月度销售走势图表
2003-2006年MPV销售情况比较图表
2006年主要MPV品牌销量走势图表
2006年1-9月MPV主力排量销售情况图表
2006年SUV产销情况图表
2005-2006年SUV产销比较图表
2006年主要SUV品牌销售情况比较图表
2006年SUV小排量销售增长情况图表
2006年交叉型汽车主要生产企业产量图表
2005-2006年交叉型乘用车产销比较图表
1991-2006年轿车产量变化（单位：辆）图表
2006年轿车分排量产量和销量图表
2003-2006年全国微型轿车产销情况图表
微型轿车占整个轿车的比例图表
小型轿车占整个轿车的份额图表
紧凑型轿车占整个轿车的份额图表
中级轿车占整个轿车的份额图表
高级轿车占整个轿车的份额图表
2006年各地区私人汽车拥有量图表
2006年我国城镇居民家庭平均每百户汽车拥有量图表
2006年消费者选认为最具影响力的汽车厂商图表
2005-2007年一季度我国轿车进出口情况图表
微型客车销售情况及趋势图表
2006年A级车市场竞争格局图表

2006年和2007年1月前5名轿车制造商市场占有率情况图表 2007年广本雅阁降价情况图表
2007年1月国内主要厂商销量情况图表 2003-2010年长安福特销量与市场占有率图表
2004-2007年长安汽车集团微客销量及市场份额变动

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2649226492.html>