

# 2011-2015年中国乘用车市场 调研与发展前景咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2011-2015年中国乘用车市场调研与发展前景咨询报告》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.cction.com/report/201007/44254.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2009-2010年全球乘用车产业运行态势分析

#### 第一节 2009-2010年国际汽车行业运行简况

##### 一、世界汽车产业“整零”关系模式分析

##### 二、2009年世界汽车销量情况分析

##### 三、2010年全球汽车销量增长预测

#### 第二节 2009-2010年世界乘用车行业市场运行情况分析

##### 一、2009年全球乘用车销售情况分析

##### 二、2010年上半年全球各国乘用车销量情况

##### 三、欧洲乘用车消瘦及注册情况

##### 四、09年亚洲将成为全球最大的乘用车市场

#### 第三节 2009-2010年部分国家地区乘用车市场动态分析

##### 一、2009-2010年英国乘用车行业发展分析

##### 二、2009-2010年捷克乘用车行业发展分析

##### 三、2009-2010年日本乘用车行业发展分析

##### 四、2009-2010年美国乘用车行业发展分析

##### 五、2009-2010年德国乘用车行业发展分析

##### 六、2009-2010年法国乘用车行业发展分析

#### 第四节 2011-2015年全球乘用车市场趋势探析

### 第二章 2009-2010年中国乘用车行业运行新态势分析

#### 第一节 2009年我国乘用车行业发展状况

##### 一、2009年中国乘用车市场增长分析

##### 二、2009年中国上市新车情况

##### 三、2009年中国乘用车企业销售排行分析

##### 四、2009年中国乘用车各车型销售情况

##### 五、2009年中国轿车销售情况

#### 第二节 2010年上半年中国乘用车市场销量分析

##### 一、2010年上半年中国乘用车市场销量

##### 二、2010年上半年中国乘用车自主品牌销售情况

##### 三、2010年上半年中国乘用车自主品牌销量情况

四、2010年上半年乘用车市场销售情况

五、2010年上半年乘用车主要品种产销情况

第三节 2009-2010年中国乘用车行业供需分析

一、2009-2010年乘用车持续热销的原因

二、2009-2010年我国乘用车终端需求分析

三、2009-2010年乘用车市场供求及价格分析

第三章 2009-2010年中国乘用车行业经济运行分析

第一节 2009-2010年中国乘用车行业上牌数及政策分析

一、2009-2010年全国乘用车上牌数分析

二、2010年乘用车购置税拟调整

第二节 2009-2010年中国乘用车行业进出口分析

一、按贸易方式分乘用车进出口分析

二、2009-2010年中国乘用车进出口情况

第三节 2009-2010年中国乘用车在二三级市场动态分析

一、二三级市场乘用车消费需求分析

二、乘用车竞争情况

三、二三级市场的乘用车经销商和厂商应对策略

四、金融危机对乘用车销量的影响

五、金融危机下国内乘用车投资价值凸现

第四章 2009-2010年中国汽车行业产业运行形势分析

第一节 2009-2010年中国汽车工业发展分析

一、汽车生产情况分析

二、汽车工业经济运行情况分析

三、中国汽车企业并购与重组分析

四、汽车产业调整和振兴规划

第二节 2009-2010年中国汽车零部件行业分析

一、我国汽配市场发展状况分析

二、汽车零部件企业业绩分析

三、我国零部件企业并购情况

四、我国汽车制动系统零部件进出口数据

## 第五章 2009-2010年中国乘用车行业区域市场分析

### 第一节 2009-2010年华北地区乘用车行业分析

#### 一、北京乘用车行业分析

#### 二、天津乘用车行业分析

#### 三、山西乘用车行业分析

### 第二节 2009-2010年东北地区乘用车行业分析

#### 一、黑龙江乘用车行业分析

#### 二、吉林省乘用车行业分析

#### 三、辽宁省乘用车行业分析

### 第三节 2009-2010年华东地区乘用车行业分析

#### 一、山东乘用车行业分析

#### 二、浙江乘用车行业分析

#### 三、福建乘用车行业分析

#### 四、上海乘用车行业分析

### 第四节 2009-2010年华南地区乘用车行业分析

#### 一、广东乘用车行业分析

#### 二、广西乘用车行业分析

#### 三、海南乘用车行业分析

### 第五节 2009-2010年华中地区乘用车行业分析

#### 一、湖南乘用车行业分析

#### 二、湖北乘用车行业分析

### 第六节 2009-2010年西南地区乘用车行业分析

#### 一、四川乘用车行业分析

#### 二、贵州乘用车行业分析

#### 三、重庆乘用车行业分析

### 第七节 2009-2010年西北地区乘用车行业分析

#### 一、陕西乘用车行业分析

#### 二、甘肃乘用车行业分析

#### 三、青海乘用车行业分析

## 第六章 2009-2010年中国乘用车行业竞争新格局透析

### 第一节 2009-2010年中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析

一、自主品牌、美系车、欧系车在中国三足鼎立

二、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较

三、自主品牌和合资品牌汽车差距分析

## 第二节 2009-2010年上半年中国狭义乘用车竞争格局

一、狭义乘用车各车系的表现

二、自主品牌分析

三、日系品牌走势

四、德系品牌走势

五、韩系品牌走势

## 第三节 2009-2010年中国乘用车行业竞争力分析

一、乘用车竞争的第一核心分析

二、2009-2010年自主品牌竞争力分析

三、2009-2010年海外豪华车分食乘用车市场

四、中国汽车业角逐世界市场关键分析

## 第七章 2009-2010年中国乘用车市场走势深度评估

### 第一节 2009-2010年上半年中国乘用车品牌走势

一、狭义乘用车主力车型市场表现

二、微型轿车主力品牌表现

三、小型车市场走势

四、紧凑型车市场走势

五、中高级车市场走势

六、高级轿车市场走势

七、MPV市场走势

八、SUV市场走势

九、微客市场走势

### 第二节 2009-2010年上半年中国乘用车车市场增长分析

一、轿车车型结构走势对比

二、轿车各排量市场构成分析

### 第三节 2009-2010年上半年中国乘用车发展状况分析

一、10月份乘用车市场现状

二、10月份自主品牌汽车销售情况

#### 第四节 2009-2010年中国乘用车行业利润分析

##### 一、2009-2010年乘用车行业利润分析

##### 二、2009-2010年乘用车上市公司利润分析

#### 第八章 2009-2010年乘用车细分市场运行动态分析

##### 第一节 2009-2010年轿车市场发展分析

##### 一、2009-2010年轿车市场发展态势

##### 二、2009-2010年轿车品牌销量排行榜

##### 三、2009-2010年中高级车市场竞争格局

##### 四、2009-2010年自主品牌轿车发展策略

##### 第二节 2009-2010年SUV市场发展分析

##### 一、2009-2010年SUV市场发展态势

##### 二、2009-2010年自主SUV的品牌竞争格局

##### 三、2009-2010年国内SUV市场发展情况

##### 四、2009-2010年SUV产品销量排行情况

##### 第三节 2009-2010年MPV市场发展分析

##### 一、2009-2010年MPV市场发展态势

##### 二、2009-2010年MPV市场竞争格局

##### 三、2009-2010年MPV市场自主品牌分析

##### 四、2009-2010年MPV市场细分化趋势分析

#### 第九章 2009-2010年中国自主品牌乘用车运行走势分析

##### 第一节 2009-2010年中国自主品牌乘用车行业现状

##### 一、自主品牌的机遇和问题分析

##### 二、三大自主品牌车企融资情况

##### 三、自主品牌掀起中国汽车产业浪潮

##### 第二节 2009-2010年中国自主品牌乘用车行业分析

##### 一、成功的自主品牌所需的微车战略

##### 二、2009-2010年中国乘用车自主品牌建设情况

##### 三、自主品牌企业发展战略分析

##### 四、自主品牌发展存在的问题

##### 五、中国汽车业自主品牌的发展坐标

## 第十章 2009-2010年中国乘用车重点企业运营关键性财务数据分析

### 第一节 上海大众汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 一汽大众汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 上海通用汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 广州本田汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第五节 北京现代汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析



三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 奇瑞汽车有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 略&hellip;&hellip;

第十一章 2009-2010年中国乘用车市场新进入者分析

第一节 2009-2010年中国乘用车市场新进入者市场表现分析

一、商用车企业进军轿车市场

二、国外乘用车企

三、非汽车行业的企业

第二节 2009-2010年中国乘用车市场新进入者发展存在的障碍

一、乘用车市场的进入门槛提高了

二、外资全面渗透且竞争日趋激烈

三、当前的市场环境对新进入者尤其不利

四、乘用车市场新进入者的障碍

五、选择的空間变小

第三节 未来乘用车市场新进入者进入机会

一、未来中国乘用车市场的进入机会

二、从乘用车市场的趋势看新进入者的机会

第十二章 2011-2015年中国乘用车行业投资策略解析

第一节 乘用车市场新进入者的成功战略

一、拿出强有力的产品

二、建立中国特色的营销和渠道

### 三、提高产品和服务的质量

#### 第二节 乘用车市场的新进入者的投资突破口

##### 一、要有成功的产品

##### 二、提高自主品牌品牌溢价能力

##### 三、加强品质管理

##### 四、营销网络的搭建

#### 第三节 乘用车市场的新进入者的发展战略

##### 一、品牌定位策略

##### 二、市场战术

##### 三、产品战略

### 第十三章 2011-2015年中国乘用车行业发展趋势预测分析

#### 第一节 2011-2015年中国乘用车市场趋势分析

##### 一、2010年乘用车市场总体估计

##### 二、乘用车产品产能预测

##### 三、2010年狭义乘用车产品销售预测

##### 四、中国柴油乘用车发展前景分析

#### 第二节 2011-2015年中国乘用车产品发展趋势分析

##### 一、我国乘用车未来的发展方向

##### 二、2010年乘用车市场的增长趋势

##### 三、2012年中国乘用车售后市场规模预测

#### 第三节 未来乘用车渠道网络发展趋势

##### 一、渠道服务功能将日益凸显

##### 二、网点布局均衡化

##### 三、终端形态多样化

### 第十四章 2011-2015年中国乘用车企业发展战略分析

#### 第一节 自主品牌车企进军海外策略

##### 一、自主品牌进军海外分析

##### 二、培育市场以带动就业

##### 三、热心公益尽企业责任

#### 第二节 国内自主品牌车企进军高端市场战略

- 一、自主品牌车企进军高端市场战略分析
  - 二、自主品牌车企进军高端市场问题探讨
  - 三、六大国有车企“自主品牌”战略分析
- 第三节 自主品牌新技术突围策略分析
- 一、自主品牌押宝新能源
  - 二、传统动力实现突破
  - 三、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：上海大众汽车有限公司主要经济指标走势图

图表：上海大众汽车有限公司经营收入走势图

图表：上海大众汽车有限公司盈利指标走势图

图表：上海大众汽车有限公司负债情况图

图表：上海大众汽车有限公司负债指标走势图

图表：上海大众汽车有限公司运营能力指标走势图

图表：上海大众汽车有限公司成长能力指标走势图

图表：一汽大众汽车有限公司主要经济指标走势图

图表：一汽大众汽车有限公司经营收入走势图

图表：一汽大众汽车有限公司盈利指标走势图

图表：一汽大众汽车有限公司负债情况图

图表：一汽大众汽车有限公司负债指标走势图

图表：一汽大众汽车有限公司运营能力指标走势图

图表：一汽大众汽车有限公司成长能力指标走势图

图表：上海通用汽车有限公司主要经济指标走势图

图表：上海通用汽车有限公司经营收入走势图

图表：上海通用汽车有限公司盈利指标走势图

图表：上海通用汽车有限公司负债情况图

图表：上海通用汽车有限公司负债指标走势图

图表：上海通用汽车有限公司运营能力指标走势图

图表：上海通用汽车有限公司成长能力指标走势图

图表：广州本田汽车有限公司主要经济指标走势图

图表：广州本田汽车有限公司经营收入走势图

图表：广州本田汽车有限公司盈利指标走势图

图表：广州本田汽车有限公司负债情况图

图表：广州本田汽车有限公司负债指标走势图

图表：广州本田汽车有限公司运营能力指标走势图

图表：广州本田汽车有限公司成长能力指标走势图

图表：北京现代汽车有限公司主要经济指标走势图

图表：北京现代汽车有限公司经营收入走势图

图表：北京现代汽车有限公司盈利指标走势图

图表：北京现代汽车有限公司负债情况图 中国产业信息网发布的《2011-2015年中国乘用车市场调研与发展前景咨询报告》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，具有重要的参考价值！

图表：北京现代汽车有限公司负债指标走势图

图表：北京现代汽车有限公司运营能力指标走势图

图表：北京现代汽车有限公司成长能力指标走势图

图表：奇瑞汽车有限公司主要经济指标走势图

图表：奇瑞汽车有限公司经营收入走势图

图表：奇瑞汽车有限公司盈利指标走势图

图表：奇瑞汽车有限公司负债情况图

图表：奇瑞汽车有限公司负债指标走势图

图表：奇瑞汽车有限公司运营能力指标走势图

图表：奇瑞汽车有限公司成长能力指标走势图

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201007/44254.html>