

2007-2008年中国轿车行业 分析及市场分析预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国轿车行业分析及市场分析预测报告》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/200806/2696.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 2007年全球轿车市场发展现状分析

一、全球轿车市场格局分析

- (一) 世界汽车格局分析
- (二) 全球豪华车第一品牌竞争
- (三) 2006年世界10大汽车公司

二、2007年国外轿车市场概述

- (一) 2007年世界轿车市场整体情况
- (二) 2007年世界主要轿车市场特点分析

1、各大轿车企业产能有涨有跌

2、法系轿车市场需求疲软

3、亚洲轿车市场一枝独秀

三、欧美轿车市场发展分析

- (一) 美国汽车工业探寻发展新路径
- (二) 美国汽车复兴计划
- (三) 欧洲市场汽车销量现状分析
- (四) 德国汽车投资状况
- (五) 波兰乘用车市场分析
- (六) 意大利乘用车消费市场现状分析

四、亚洲轿车市场分析

- (一) 2007年韩日印汽车市场分析
- (二) 泰国汽车工业发展分析

第二章 2007年中国轿车工业发展环境分析

一、宏观经济走势分析

- (一) 2006年宏观经济发展回顾
- (二) 2007年中国经济形势分析
- (三) 城乡居民收入发展现状

二、宏观政策影响分析

- (一) 我国汽车产业国家调控趋势分析
- (二) 汽车产业政策影响分析
- (三) 乘用车制动强制标准将出台

(四) 2007年实施新机动车排放标准

(五) 私家车报废标准将出台

三、钢铁工业走势分析

(一) 2007-2010年我国钢铁行业宏观预测

(二) 十一五汽车工业用钢预测

四、轿车工业外部环境影响分析

(一) 国内汽车产业发展处境

(二) 油价因素分析

五、政策壁垒及反倾销影响

(一) 各项行业规范性政策逐步建立和完善

(二) 中欧美汽车贸易摩擦状况

(三) 汽车出口遇“绿色壁垒”;

(四) 海外汽车贸易摩擦分析以及措施

第三章 2007年中国轿车工业发展态势分析

一、我国汽车工业发展回顾

(一) 中国汽车工业现状

(二) 2007年汽车行业发展情况

(三) 我国汽车产业区域概述

二、中国轿车市场发展现状分析

(一) 中高端轿车市场现状分析

(二) 汽车巨头中国市场业绩分析

(三) 关于汽车产业发展目标及政策导向的思考

(四) 2.0L排量轿车市场现状分析

(五) 1.3L排量轿车市场现状分析

(六) 经济型轿车市场发展态势

三、轿车市场与技术发展分析

(一) 小排量车的市场空间分析

(二) 我国中高级轿车核心技术分析

(三) 中国企业海外CKD现状

第四章 2007年中国轿车市场运行状况分析

一、2007年国内轿车行业发展分析

(一) 2007年全国主要轿车市场特点及市场分析

(二) 2007年我国轿车市场产销分析

(三) 2007轿车细分市场分析

二、2007年轿车市场运行分析

(一) 2007年1-8月轿车市场发展分析

(二) 2008年轿车市场前景简述

(三) 汽车行业盈利水平分析

(四) 全国轿车产量统计

(五) 2007年5月国内轿车业发展数据分析

三、2007年轿车业进出口分析

(一) 2007年上半年轿车进出口形势分析

(二) 2007年5月进口车价分析

(三) 我国汽车出口缺口分析

四、2007年乘用车细分市场分析

(一) 2007年SUV市场分析

(二) 2007年国产MPV市场分析

(三) 2007年高档轿车市场分析

(四) 2007年国内中高级轿车市场分析

(五) 2007经济型轿车市场分析

第五章 2007年中国轿车行业营销策略分析

一、中国轿车营销模式分析

(一) 常见的营销模式分析

(二) 营销模式抉择

二、国内轿车品牌营销策略分析

(一) 我国汽车营销渠道竞争力分析

(二) 中国轿车市场的品牌命名与营销

(三) 汽车营销价值的探索发展

(四) 中国汽车营销走出价格战“围城”

三、差异化模式构建轿车营销渠道

(一) 营销渠道模式面临严峻挑战

(二) 渠道模式差异化的构建策略

(三) 顺应产业政策策略

(四) 区域差异策略

四、轿车市场营销案例分析

(一) 奥迪中国市场营销攻略

(二) 凯迪拉克轿车广告投放策略

(三) 国内中高档轿车广告传播案例

(四) 东风日产注重文化营销

(五) 奇瑞公司营销网络分析

五、轿车服务营销体系的构建

(一) 轿车服务营销与轿车营销服务的差别

(二) 轿车服务营销的经营理念

(三) 轿车服务营销体系的构建

第六章 2007年中国轿车消费市场分析

一、家用轿车消费市场调查分析

(一) 最新购车趋势调查分析

(二) 中国轿车市场消费趋势分析

(三) 轿车成家庭消费新领域

二、影响我国轿车消费的因素分析

(一) 2007年宏观经济的影响

(二) 汽车产业政策等汽车相关政策的影响

(三) 固定资产投资的影响

(四) 汽车技术的影响

(五) 汽车价格的影响

(六) 收入的影响

(七) 汽车税费的影响

(八) 公车消费的影响

(九) 汽车信贷的影响

(十) 公路交通的影响

(十一) 石油的影响

(十二) 环境污染的影响

三、2007年我国轿车消费市场特点分析

- (一) 女性用车市场分析
- (二) 中高档汽车消费主力
- (三) 汽车二三级市场竞争
- (四) 汽车厂品牌忠诚度受考验

四、2007年中国轿车消费群体（行为）变迁

第七章 2007年中国轿车细分市场发展分析

一、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

二、2007年国内微型轿车市场分析

- (一) 2007年国内微型轿车总体市场表现
- (二) 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年微型车拼夺市场份额
- (五) 2007-2010年微型轿车产品趋势

三、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 2007年中国私人轿车市场分析

一、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

二、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

三、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

四、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 2007年中国出租车与二手车市场分析

一、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

二、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) 2007年上半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 2007年中国轿车市场竞争格局分析

一、汽车行业竞争格局

(一) 我国汽车产业竞争格局分析

(二) 我国汽车工业的总体竞争态势

二、我国轿车竞争现状分析

(一) 我国轿车市场竞争分析

(二) 中高级轿车市场竞争分析

(三) 紧凑型轿车市场竞争分析

(四) 经济型轿车竞争分析

三、轿车市场各级别轿车竞争格局分析

(一) 20-30万元轿车细分市场分析

(二) 15-20万元轿车细分市场分析

(三) 10-15万元轿车细分市场分析

(四) 10万元以下轿车细分市场分析

四、我国本土轿车品牌竞争分析

(一) 本土品牌汽车市场份额状况

(二) 中外汽车品牌售后满意度现状

(三) 民企造轿车新优势分析

(四) 轿车自主品牌谋求突破

五、轿车市场竞争特点分析

(一) 合资轿车企业降价情况

(二) 汽车竞争的焦点领域

(三) 2006年汽车保值率调查分析

(四) 穗京汉汽车产业竞争

六、轿车品牌竞争力提高策略分析

(一) 日本汽车业积累深层竞争力分析

(二) 本土汽车品牌企业何以突围

第十一章 中国重点轿车制造企业运营介绍

一、中国第一汽车集团

(一) 集团概况

(二) 发展战略

(三) 财务状况

(四) 主力车型

二、上海汽车集团股份有限公司

(一) 集团简介

(二) 企业发展

(三) 财务状况

(四) 主力车型

三、东风汽车集团公司

(一) 集团概况

(二) 主力车型

(三) 发展战略

四、广州汽车集团股份有限公司

(一) 集团简介

(二) 发展影响

(三) 发展进展

(四) 主力车型

五、北京现代汽车有限公司

(一) 企业简介

(二) 主力车型

(三) 发展现状

六、长安汽车集团

(一) 集团概况

(二) 发展创新

(三) 主力车型

(四) 轿车销量

(五) 财务状况

七、安徽奇瑞汽车有限公司

(一) 企业简介

(二) 发展现状

(三) 主力车型

八、浙江吉利汽车有限公司

(一) 企业简介

(二) 发展竞争力

(三) 主力车型

(四) 发展动态

第十二章 2007年国内外外轿车品牌发展比较

一、跨国轿车企业发展分析

- (一) 本田中国发展战略
- (二) 三大日资轿车企业竞争加剧
- (三) 美系跨国汽车企业在华路线图
- (四) 美国通用拓展小排量汽车市场
- (五) 福特汽车全球战略重心
- (六) 跨国车企推行多品牌发展战略

二、自主轿车品牌发展分析

- (一) 中国汽车自主品牌发展状况
- (二) 奇瑞战略分析
- (三) 吉利与奇瑞发展对比

三、汽车企业发展管理分析

- (一) 跨国汽车公司供应链管理比较
- (二) 中国汽车发展关键问题
- (三) 豪华汽车品牌管理缺陷

第十三章 中国轿车行业相关联产业发展分析

一、钢铁

- (一) 钢铁行业概况
- (二) 中国钢铁行业主要特征
- (三) 中国钢铁产品需求特点
- (四) 影响钢铁价格的因素分析
- (五) 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) 人民币升值对石油行业的影响
- (四) 中国石油行业存在的问题及发展策略
- (五) 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) 中国汽车零部件存在的问题及对策

(五) 中国汽车零部件行业发展趋势

第十四章 2007-2010中国轿车行业发展趋势及预测

一、2007-2010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、2007-2010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、2007-2010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

第十五章 2007-2010中国轿车行业投资机会与风险分析

一、2007-2010年轿车行业投资特性

(一) 政策指导性强

(二) 进入壁垒较高

(三) 投资规模巨大

(四) 规模经济明显

二、2007-2010年投资机会分析

(一) 轿车消费市场潜力巨大

(二) 轿车需求持续走高

(三) 轿车行业将快速增长

(四) 轿车行业利润总额仍可保持

三、2007-2010年投资风险分析

(一) 轿车行业风险加大

(二) 轿车行业企业经营风险

(三) 轿车行业竞争风险

(四) 轿车行业替代技术和产品风险

四、2007-2010年中国轿车行业投资与产能分析

(一) 中国轿车行业投资情况分析

(二) 中国轿车行业产能利用情况分析

(三) 中国轿车行业投资过热因素分析

(四) 投资过热产能过剩应采取的措施

五、其他投资建议

(一) 轿车企业需提高核心竞争力

(二) 轿车企业需降低生产成本

(三) 轿车企业需提升技术水平

(四) 轿车企业需加强售后服务

第十六章 2007-2010年中国轿车行业信贷建议

一、2007-2010年汽车行业总体授信策略建议

(一) 授信额度的控制

(二) 授信期限的控制

(三) 优化客户结构

(四) 区域授信政策

二、2007-2010年轿车行业授信投向建议

(一) 微型及经济型轿车为授信重点

(二) 中高级及以上轿车给予长期授信支持

(三) 利润向服务业转移

三、2007-2010年汽车行业授信标准建议

四、2007-2010年汽车消费信贷建议

五、2007-2010年汽车行业授信风险控制策略建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/2696.html>