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

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《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.chinairr.org/report/R05/R0505/200807/03-4126.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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 中国轿车工业发展现状分析

第一节 我国汽车工业发展

一、中国汽车工业现状

二、2007年汽车行业运行状况及特点

三、2007年汽车行业发展形势分析

四、我国汽车产业区域概述

第二节 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

第三节 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

第二章 2007-2008年我国轿车市场分析

第一节 2007年轿车市场运行分析

一、2007年轿车市场发展分析

二、2007-2008年轿车销售情况

三、2007年汽车行业盈利水平分析

四、全国及各省、市轿车产量统计

五、2007年轿车企业销售情况

第二节 2007年轿车业进出口分析

一、2007年轿车进出口形势

二、2007年轿车进口情况

三、2007年轿车出口情况

第三节 2007-2008年乘用车细分市场分析

一、2007年乘用车市场分析

二、2008年国内乘用车市场分析及预测
二、2007-2008年SUV市场分析
三、2007-2008年国产MPV市场分析
四、2007-2008年高档轿车市场分析
五、2007-2008年国内中高级轿车市场分析
六、2007-2008年微型轿车市场分析
七、2007经济型轿车市场分析

第三章 我国轿车营销分析
第一节 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
第二节 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”
第三节 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
第四节 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
第五节 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

第四章 我国轿车消费市场分析
第一节 家用轿车消费市场调查分析
一、最新购车趋势调查分析
二、经济型轿车市场调查分析
三、女性轿车消费调查
四、2008年购车消费趋势
第二节 影响我国轿车消费的因素分析
一、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
第三节 我国轿车消费市场特点分析
一、中高档汽车消费主力
二、汽车二三级市场竞争
三、汽车厂品牌忠诚度受考验
第四节 中国轿车消费群体（行为）变迁

第五章 我国轿车市场竞争分析
第一节 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
三、中高级轿车市场竞争分析
四、紧凑型轿车市场竞争分析
五、经济型轿车市场竞争分析

第二节 2007年轿车市场各级别轿车竞争格局分析
一、22-25万元轿车细分市场分析
二、11-21万元轿车细分市场分析
三、10万元及以下轿车细分市场分析
第三节 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
第四节 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、汽车保值率调查分析
第五节 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

第六章 著名轿车制造企业介绍
第一节 中国第一汽车集团
一、集团概况
二、企业布局
三、发展战略
四、经营状况
五、主力车型
第二节 上海汽车集团股份有限公司
一、集团概况
二、企业发展
三、经营状况
四、主力车型产销量
第三节 东风汽车集团公司
一、集团概况
二、主力车型

三、发展战略
四、经营状况
第四节 广州汽车集团股份有限公司
一、集团概况
二、发展战略
三、发展进展
四、发展动态
第五节 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
第六节 长安汽车集团
一、集团概况
二、发展创新
四、轿车销量
五、经营状况
第七节 安徽奇瑞汽车有限公司
一、企业概况
二、发展现状
三、主力车型产销量
第八节 浙江吉利汽车有限公司
一、企业概况
二、发展竞争力
三、主力车型
四、发展动态

第七章 我国轿车市场发展趋势及预测
一、轿车发展趋势
二、2007年车市趋势分析
三、中国汽车市场远景预测
四、中国民族汽车企业发展动向
五、微轿发展趋势

第八章 我国轿车行业投资分析
第一节 我国汽车业投资分析
一、中国汽车市场投资分析
二、汽车租赁业市场潜力分析
第二节 国外汽车市场投资机会
一、叙利亚汽车市场投资分析
二、非洲汽车市场投资分析

第九章 全球轿车市场分析
第一节 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、世界10大汽车公司
第二节 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、2007年美国汽车工业发展
三、2007欧洲乘用车市场分析
四、德国汽车投资状况
五、2007年波兰乘用车市场分析
六、2007年意大利乘用车消费市场现状分析
第三节 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

第十章 我国轿车工业发展环境分析
第一节 宏观经济走势分析
一、2007年宏观经济发展分析
（一）总体情况
（二）农业生产
（三）工业生产
（四）固定资产投资
（五）国内市场销售

（六）对外贸易
（七）城乡居民收入
（八）货币信贷
二、2008年经济增长形势分析
三、2008年经济增长景气分析与主要指标预测
第二节 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
第三节 钢铁工业走势分析
一、2008年我国钢铁行业宏观预测
二、十一五汽车工业用钢预测
第四节 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
第五节 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

第十一章 国内外轿车品牌发展比较
第一节 跨国轿车企业发展分析
一、本田中国发展战略
二、三大日资轿车企业中国市场表现
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
第二节 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
第三节 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

第十二章 我国轿车发展策略的分析
第一节 国外汽车工业发展启示
一、日本新能源汽车发展的启示
二、日韩汽车工业自主创新的启示
三、国外电动汽车的发展战略
第二节 我国汽车产业自主创新SWOT分析
一、我国汽车产业进行自主创新的优势
二、我国汽车产业进行自主创新的劣势
三、我国汽车产业进行自主创新的机遇
四、我国汽车产业进行自主创新面临的挑战
第三节 我国汽车工业发展对策研究
一、我国轿车工业自主品牌发展机会分析
二、提高我国汽车工业发展竞争力的对策研究
三、中国汽车企业新发展途径

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/200807/03-4126.html