



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国轿车市场研究预测报告(白金版)

# 一、调研说明

《2009年中国轿车市场研究预测报告(白金版)》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/38099.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 行业现状

2008年1月份的轿车市场继续稳步增长拉动乘用车市场整体销量的提升，SUV市场同比和环比增长均高于市场整体，进一步提升乘用车市场的整体增长。2008年2月份国内轿车销量为326,410辆，同比增长6.4%，环比下降-32.2%；国内MPV销量为13,180辆，同比增长2.2%，环比下降-32.6%；国内SUV销量为26,754辆，同比增长31.5%，环比下降-18.2%。 .....

### 销售情况

2007年，轿车市场需求继续保持较快增长。截至2007年底，轿车销量达到472.66万辆，同比增长23.46%。在轿车主要品种中，1.6升以上各系列轿车品种与上年相比增幅较为明显。其中：1.6升&lt;排量 2.0升系列销售144.55万辆，同比增长45.67%；2.0升&lt;排量 2.5升系列销售51.66万辆，同比增长26.56%。此外，3.0升&lt;排量 4.0升系列相比较而言增幅更为迅猛，截至2007年底，该系列共销售1.21万辆，同比增长.....

### 对外贸易

2007年我国轿车进口继续保持稳定增长，进口13.99万辆，同比增长25.13%，占汽车进口总量的45%。其中80%来自德国、日本和美国。在主要轿车进口品种中，2.5升及以上系列同比增长比较明显，其中2.5至3L系列进口4.46万辆，同比增长36.36%，进口金额14.88亿美元；2007年11月，轿车出口再创佳绩，当月出口首次超过2万辆，达到2.08万辆，比上月增长13.35%，同比增长99.52%。 .....

### 声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

## 【 目 录 】

### 第一部分 行业发展现状分析 1

#### 第一章 中国轿车工业发展现状分析 2

##### 第一节 我国汽车工业发展 2

###### 一、中国汽车工业现状 2

###### 二、2007年汽车行业运行状况及特点 3

###### 三、2007年汽车行业发展形势分析 11

###### 四、我国汽车产业区域概述 14

##### 第二节 中国轿车市场发展现状分析 15

###### 一、中高端轿车市场现状分析 15

###### 二、汽车巨头中国市场业绩分析 16

###### 三、关于汽车产业发展目标及政策导向的思考 21

###### 四、2.0L排量轿车市场现状分析 23

###### 五、1.3L排量轿车市场现状分析 24

###### 六、经济型轿车市场发展态势 24

##### 第三节 轿车市场与技术发展分析 26

###### 一、小排量车的市场空间分析 26

###### 二、我国中高级轿车核心技术分析 28

###### 三、中国企业海外CKD现状 30

### 第二章 2007-2008年我国轿车市场分析 34

#### 第一节 2007年轿车市场运行分析 34

##### 一、2007年轿车市场发展分析 34

##### 二、2007-2008年轿车销售情况 39

##### 三、2007年汽车行业盈利水平分析 46

##### 四、全国及各省、市轿车产量统计 49

##### 五、2007年轿车企业销售情况 55

#### 第二节 2007年轿车业进出口分析 58

##### 一、2007年轿车进出口形势 58

##### 二、2007年轿车进口情况 58

三、2007年轿车出口情况	60
第三节 2007-2008年乘用车细分市场分析	63
一、2007年乘用车市场分析	63
二、2008年国内乘用车市场分析及预测	70
二、2007-2008年SUV市场分析	73
三、2007-2008年国产MPV市场分析	80
四、2007-2008年高档轿车市场分析	84
五、2007-2008年国内中高级轿车市场分析	85
六、2007-2008年微型轿车市场分析	88
七、2007经济型轿车市场分析	93

## 第二部分 行业营销与消费分析 95

### 第三章 我国轿车营销分析 96

#### 第一节 中国轿车营销模式分析 96

##### 一、常见的营销模式分析 96

##### 二、营销模式抉择 98

#### 第二节 国内轿车品牌营销策略分析 99

##### 一、我国汽车营销渠道竞争力分析 99

##### 二、中国轿车市场的品牌命名与营销 102

##### 三、汽车营销价值的探索发展 105

##### 四、中国汽车营销走出价格战“围城” 108

#### 第三节 差异化模式构建轿车营销渠道 111

##### 一、营销渠道模式面临严峻挑战 111

##### 二、渠道模式差异化的构建策略 112

##### 三、顺应产业政策策略 113

##### 四、区域差异策略 114

#### 第四节 轿车市场营销案例分析 114

##### 一、奥迪中国市场营销攻略 114

##### 二、凯迪拉克轿车广告投放策略 126

##### 三、国内中高档轿车广告传播案例 128

##### 四、东风日产注重文化营销 136

##### 五、奇瑞公司营销网络分析 137

第五节 轿车服务营销体系的构建	137
一、轿车服务营销与轿车营销服务的差别	137
二、轿车服务营销的经营理念	138
三、轿车服务营销体系的构建	139

## 第四章 我国轿车消费市场分析 143

### 第一节 家用轿车消费市场调查分析 143

一、最新购车趋势调查分析	143
二、经济型轿车市场调查分析	155
三、女性轿车消费调查	157
四、2008年购车消费趋势	159

### 第二节 影响我国轿车消费的因素分析 162

一、宏观经济的影响	162
二、汽车产业政策等汽车相关政策的影响	162
三、固定资产投资的影响	163
四、汽车技术的影响	163
五、汽车价格的影响	163
六、收入的影响	163
七、汽车税费的影响	163
八、公车消费的影响	164
九、汽车信贷的影响	164
十、公路交通的影响	164
十一、石油的影响	164
十二、环境污染的影响	165

### 第三节 我国轿车消费市场特点分析 165

一、中高档汽车消费主力	165
二、汽车二三级市场竞争	168
三、汽车厂品牌忠诚度受考验	170

### 第四节 中国轿车消费群体（行为）变迁 171

## 第三部分 行业竞争格局分析 177

### 第五章 我国轿车市场竞争分析 178

第一节 汽车行业竞争格局	178
一、我国汽车产业竞争格局分析	178
二、我国汽车工业的总体竞争态势	181
三、中高级轿车市场竞争分析	185
四、紧凑型轿车市场竞争分析	188
五、经济型轿车市场竞争分析	189
第二节 2007年轿车市场各级别轿车竞争格局分析	190
一、22 -25万元轿车细分市场分析	191
二、11 -21万元轿车细分市场分析	191
三、10万元及以下轿车细分市场分析	191
第三节 我国本土轿车品牌竞争分析	192
一、本土品牌汽车市场份额状况	192
二、中外汽车品牌售后满意度现状	192
三、民企造轿车新优势分析	197
四、轿车自主品牌谋求突破	199
第四节 轿车市场竞争特点分析	200
一、合资轿车企业降价情况	200
二、汽车竞争的焦点领域	202
三、汽车保值率调查分析	203
第五节 轿车品牌竞争力提高策略分析	206
一、日本汽车业积累深层竞争力分析	206
二、本土汽车品牌企业何以突围	210

## 第六章 著名轿车制造企业介绍 213

### 第一节 中国第一汽车集团 213

- 一、集团概况 213
- 二、企业布局 214
- 三、发展战略 214
- 四、经营状况 215
- 五、主力车型 220

### 第二节 上海汽车集团股份有限公司 225

- 一、集团概况 225

二、企业发展	226
三、经营状况	227
四、主力车型产销量	230
第三节 东风汽车集团公司	231
一、集团概况	231
二、主力车型	232
三、发展战略	233
四、经营状况	234
第四节 广州汽车集团股份有限公司	237
一、集团概况	237
二、发展战略	238
三、发展进展	240
四、发展动态	241
第五节 北京现代汽车有限公司	241
一、企业简介	241
二、主力车型	242
三、发展现状	243
第六节 长安汽车集团	243
一、集团概况	243
二、发展创新	244
四、轿车销量	250
五、经营状况	251
第七节 安徽奇瑞汽车有限公司	254
一、企业概况	254
二、发展现状	255
三、主力车型产销量	258
第八节 浙江吉利汽车有限公司	260
一、企业概况	260
二、发展竞争力	261
三、主力车型	263
四、发展动态	264



## 第四部分 行业发展预测与投资分析 265

### 第七章 我国轿车市场发展趋势及预测 266

- 一、轿车发展趋势 266
- 二、2007年车市趋势分析 268
- 三、中国汽车市场远景预测 270
- 四、中国民族汽车企业发展动向 274
- 五、微轿发展趋势 278

### 第八章 我国轿车行业投资分析 281

#### 第一节 我国汽车业投资分析 281

- 一、中国汽车市场投资分析 281
  - 二、汽车租赁业市场潜力分析 288
- #### 第二节 国外汽车市场投资机会 289
- 一、叙利亚汽车市场投资分析 289
  - 二、非洲汽车市场投资分析 293

## 第五部分 行业发展宏观环境概况 297

### 第九章 全球轿车市场分析 298

#### 第一节 全球轿车市场格局分析 298

- 一、世界汽车格局分析 298
- 二、全球豪华车第一品牌竞争 300
- 三、世界10大汽车公司 301

#### 第二节 欧美轿车市场发展分析 309

- 一、美国汽车工业探寻发展新路径 309
- 二、2007年美国汽车工业发展 311
- 三、2007欧洲乘用车市场分析 312
- 四、德国汽车投资状况 314
- 五、2007年波兰乘用车市场分析 314
- 六、2007年意大利乘用车消费市场现状分析 316

#### 第三节 亚洲轿车市场分析 317

- 一、2007年韩日印汽车市场分析 318
- 二、泰国汽车工业发展分析 320

第十章 我国轿车工业发展环境分析	329
第一节 宏观经济走势分析	329
一、2007年宏观经济发展分析	329
(一)总体情况	329
(二)农业生产	330
(三)工业生产	330
(四)固定资产投资	331
(五)国内市场销售	332
(六)对外贸易	332
(七)城乡居民收入	333
(八)货币信贷	334
二、2008年经济增长形势分析	334
三、2008年经济增长景气分析与主要指标预测	337
第二节 宏观政策影响分析	339
一、我国汽车产业国家调控趋势分析	339
二、汽车产业政策影响分析	344
三、乘用车制动强制标准将出台	346
四、2007年实施新机动车排放标准	346
五、私家车报废标准将出台	347
第三节 钢铁工业走势分析	350
一、2008年我国钢铁行业宏观预测	350
二、十一五汽车工业用钢预测 我国汽车工业用钢现状	352
第四节 轿车工业外部环境影响分析	352
一、国内汽车产业发展处境	352
二、油价因素分析	354
第五节 政策壁垒及反倾销影响	355
一、各项行业规范性政策逐步建立和完善	355
二、中欧美汽车贸易摩擦状况	356
三、汽车出口遇“绿色壁垒”	360
四、海外汽车贸易摩擦分析以及措施	362

第六部分 行业发展策略与品牌比较	364
第十一章 国内外轿车品牌发展比较	365
第一节 跨国轿车企业发展分析	365
一、本田中国发展战略	365
二、三大日资轿车企业中国市场表现	367
三、美系跨国汽车企业在华路线图	368
四、美国通用拓展小排量汽车市场	370
五、福特汽车全球战略重心	372
六、跨国车企推行多品牌发展战略	373
第二节 自主轿车品牌发展分析	374
一、中国汽车自主品牌发展状况	374
二、奇瑞战略分析	375
第三节 汽车企业发展管理分析	376
一、跨国汽车公司供应链管理比较	377
二、中国汽车发展关键问题	378
三、豪华汽车品牌管理缺陷	379
第十二章 我国轿车发展策略的分析	384
第一节 国外汽车工业发展启示	384
一、日本新能源汽车发展的启示	384
二、日韩汽车工业自主创新的启示	385
三、国外电动汽车的发展战略	388
第二节 我国汽车产业自主创新SWOT分析	398
一、我国汽车产业进行自主创新的优势	398
二、我国汽车产业进行自主创新的劣势	400
三、我国汽车产业进行自主创新的机遇	401
四、我国汽车产业进行自主创新面临的挑战	404
第三节 我国汽车工业发展对策研究	405
一、我国轿车工业自主品牌发展机会分析	405
二、提高我国汽车工业发展竞争力的对策研究	407
三、中国汽车企业新发展途径	410

## 图表目录

图表1-1	2007年我国汽车行业产销量及增长情况	4
图表1-2	2007年我国汽车出口量、出口额统计	6
图表1-3	2007年我国轿车出口量及增长情况	7
图表1-4	2007年我国轿车出口量、出口额统计	7
图表1-5	2007年1-3季度我国汽车类商品进口柱型图分析	9
图表1-6	2007年1-3季度我国进口汽车类商品金额位居前十位的来源地	9
图表1-7	2007年1-3季度我国汽车类商品出口柱型图分析	10
图表1-8	2007年1-3季度我国出口汽车类商品金额位居前十位的去向地	10
图表1-9	2008年1-2月我国汽车销量前十位企业	11
图表1-10	2007年通用汽车在华销量及增长情况	17
图表1-11	2007年日本丰田汽车在华销量及增长情况	17
图表1-12	2008年大众汽车在华产能预计	18
图表1-13	2007年全球销量排名前5名的汽车跨国巨头	19
图表1-14	2007年大众汽车全球销量统计	19
图表1-15	2007年上海大众、一汽-大众两大合资企业销量和市场占有率统计	19
图表1-16	2007年雷诺日产全球总销量统计	20
图表1-17	2007年雷诺日产在中国市场的表现	20
图表1-18	2007年德国宝马汽车集团全球销量统计	20
图表1-19	2007年本田汽车在中国市场销量统计	21
图表1-20	2007年本田全球总销量统计	21
图表2-1	2007年轿车市场分排量销售情况	34
图表2-2	2007年我国轿车市场销量统计	35
图表2-3	2007年排量小于1.3升轿车品种销量及市场占有率情况	35
图表2-4	2007年轿车排量小于1升系列销量统计	35
图表2-5	2007年我国轿车市场分排量销量情况	35
图表2-6	2007年排名前十位的轿车品牌	36
图表2-7	2007年排名前十位的轿车品牌销售总量统计	36
图表2-8	2007年自主品牌轿车销量统计	37
图表2-9	2007年销量排名前十位的自主品牌轿车	37
图表2-10	2007年排名前十位的自主品牌轿车销售总量统计	37
图表2-11	2007年销量排名前十位的轿车生产企业	38

图表2-12	2007年销量排名前十位的轿车生产企业销售总量统计	38
图表2-13	2007年我国1.0~1.6L普通级轿车销量前十位车型	38
图表2-14	2007年轿车1.6升&lt;排量 2.0升和2.0升&lt;排量 2.5升销量统计	39
图表2-15	2007年轿车1升&lt;排量 1.6升系列销量统计	39
图表2-16	2007年新上市的品牌轿车销量统计	40
图表2-17	2007年前三季度轿车排名前十位的自主品牌	41
图表2-18	2007年前三季度轿车自主品牌销售总量统计	41
图表2-19	2007年前三季度轿车销量排名前十位的品牌情况	41
图表2-20	2007年销量排名前十位的轿车品牌销售总量统计	42
图表2-21	2007年前三季度业内轿车骨干生产企业市场占有率情况	42
图表2-22	2007年前三季度业内轿车骨干生产企业销售总量统计	43
图表2-23	2007年我国国产轿车销量的国别构成柱型图分析	43
图表2-24	2007年我国国产轿车销量的国别构成	43
图表2-25	2007年轿车销售与库存统计	44
图表2-26	2007年中国轿车市场销量前十位品牌	44
图表2-27	2008年1月我国轿车销量按排量档次饼状图分析	45
图表2-28	2008年1月我国轿车销量按排量档次统计	45
图表2-29	2007年我国轿车销量按排量档次分饼状图分析	45
图表2-30	2007年我国轿车销量按排量档次统计	46
图表2-31	2007年全年汽车产销量统计	47
图表2-32	2007年1-7月汽车行业16家重点企业集团实现收入、利润总额统计	47
图表2-33	2007年16家汽车工业重点企业(集团) 主营业务收入、利润统计	48
图表2-34	2007年轿车产量全国合计	49
图表2-35	2007年轿车产量北京市合计	49
图表2-36	2007年轿车产量上海市合计	50
图表2-37	2007年轿车产量广东省合计	50
图表2-38	2007年轿车产量重庆市合计	51
图表2-39	2007年轿车产量浙江省合计	51
图表2-40	2007年轿车产量湖北省合计	52
图表2-41	2007年轿车产量陕西省合计	52
图表2-42	2007年轿车产量天津市合计	53
图表2-43	2007年轿车产量安徽省合计	53

图表2-44	2007年轿车产量湖南省合计	54
图表2-45	2007年轿车产量海南省合计	54
图表2-46	2007年上半年我国轿车销量前二十位生产企业	55
图表2-47	2007年1-7月我国轿车销量排名前十位的汽车企业	56
图表2-48	2008年1月我国轿车销量前十位车企	56
图表2-49	2008年1月我国前十位车企轿车销量柱型图分析	57
图表2-50	2007年1-12月我国轿车销量前十位车企	57
图表2-51	2007年我国轿车进口量来统计	58
图表2-52	2007年我国轿车分排量进口量、进口额统计	59
图表2-53	2007年我国轿车进口来源地分析	59
图表2-54	2007年1-6月我国轿车出口量、出口额来统计	60
图表2-55	2007年排量在1.5L至2.5L的汽油型小轿车出口量、出口额统计	61
图表2-56	2007年1~10月汽油小轿车(1000ml < 排量 1500ml)出口量、出口额统计	61
图表2-57	2007年1~10月汽油小轿车 (1500ml < 排量 2500ml)出口量、出口额统计	61
图表2-58	2007年轿车出口名列前茅的国内汽车厂家	61
图表2-59	2007年11月轿车出口量统计	62
图表2-60	2007年中国轿车（含成套散件）出口量统计	63
图表2-61	2007年国产乘用车销量统计	63
图表2-62	2007年我国乘用车产销量统计	63
图表2-63	2007年乘用车销量排名前10位企业情况	63
图表2-64	2007年排名前十位的乘用车企业共销售乘用车	64
图表2-65	2007年我国交叉型乘用车产销量统计	64
图表2-66	2007年我国乘用车销量统计	64
图表2-67	2007年交叉型乘用车销量统计	65
图表2-68	2007年MPV(多功能乘用车)销量统计	65
图表2-69	2007年轿车(基本型乘用车)销量统计	65
图表2-70	2007年运动型多用途乘用车(SUV)销量统计	65
图表2-71	2007年我国乘用车产销量统计	67
图表2-72	2007年全国乘用车市场主要车型销售情况	68
图表2-73	2007年我国乘用车按品种细分销量情况	68
图表2-74	2007年我国主要乘用车企业销售情况	69
图表2-75	2007年我国乘用车销量前十位车企柱型图分析	69

图表2-76 2007年我国乘用车销量前十位车企	70
图表2-77 2008年2月国内MPV销量统计	71
图表2-78 2008年2月国内SUV销量统计	71
图表2-79 2008年2月国内轿车销量统计	71
图表2-80 2008年1-2月国内轿车销量统计	71
图表2-81 2008年1-2月我国乘用车销量前十位汽车企业	73
图表2-82 2007年第一季度我国SUV累计销量五强	73
图表2-83 2007年我国SUV东风本田CR - V销量排名情况	74
图表2-84 2007年我国SUV途胜销量排名情况	74
图表2-85 2007年我国SUV销量统计	74
图表2-86 2007年我国SUV产销量统计	75
图表2-87 2007年我国SUV产销量增长情况	75
图表2-88 2007年我国SUV、MPV市场销售情况	75
图表2-89 2007年我国SUV各排量销售情况	76
图表2-90 2007年SUV、MPV主导品牌累计销量排名	77
图表2-91 2007年我国SUV销量排名前五位的品牌	79
图表2-92 2007年我国SUV销量前十位车型	79
图表2-93 2007年多功能乘用车(MPV)销量统计	80
图表2-94 2007年我国MPV产销量统计	80
图表2-95 2007年我国MPV产销量增长情况	81
图表2-96 2007年我国MPV市场总体销量	81
图表2-97 2007年我国MPV市场销量排名	81
图表2-98 2007年我国MPV市场分排量销售情况	82
图表2-99 2007年我国MPV销量排名前五位的品牌	83
图表2-100 2007年我国MPV销量前十位车型	84
图表2-101 2007年1-12月我国2.5L以上高级轿车销量前十位车型	84
图表2-102 2008年1月我国2.5L以上高级轿车销量前十位车型	85
图表2-103 2007年国内中高级轿车产销量统计 单位：辆	86
图表2-104 2007年1-12月我国1.6~2.5L中级轿车销量前十位车型	87
图表2-105 2008年1月我国1.6~2.5L中级轿车销量前十位车型	87
图表2-106 2007年1-12月我国1.0L及其以下微轿销量前十位车型	88
图表2-107 2007年微型轿车分品牌月度产销量统计	89

图表2-108 2008年1月我国1.0L及其以下微轿销量前十位车型	89
图表2-109 2007年微型轿车前十名品牌销量对比及增减率	90
图表2-110 2007年微型轿车各品牌市场占有率	91
图表2-111 2007年微型轿车占整个轿车市场的份额	91
图表2-112 2007年微型轿车主流产品价格区间	92
图表3-1 奥迪的品牌内涵	115
图表3-2 奥迪的体验行销流程	116
图表4-1 我国个人收入比例饼状图分析	143
图表4-2 轿车各车系受关注程度	144
图表4-3 愿意购买德系车、英系车、自主品牌轿车、和合资车的比率统计	146
图表4-4 未来购车两厢、三厢对比	146
图表4-5 消费者对未来购置汽车的价位受关注程度	147
图表4-6 消费者对未来购置汽车的排量情况	147
图表4-7 公众认为保值率高的车系	149
图表4-8 未来倾向选择的器材品牌	150
图表4-9 消费者对2007年汽车市场价格走势的看法	152
图表4-10 桑塔纳用户构成	172
图表4-11 城市潜在轿车消费群体构成	173
图表4-12 潜在购车者的购车原因	174
图表4-13 潜在购车者喜爱的车型	175
图表4-14 五城市居民出行私家车所占比率	175
图表5-1 2007中国汽车售后服务满意度调研排名	193
图表6-1 2007年一汽轿车股份有限公司主营业务收入、利润总额统计	215
图表6-2 2007年一汽轿车股份有限公司获利能力分析	215
图表6-3 2007年一汽轿车股份有限公司经营能力分析	216
图表6-4 2007年一汽轿车股份有限公司偿债能力分析	216
图表6-5 2007年一汽轿车股份有限公司资本结构分析	216
图表6-6 2007年一汽轿车股份有限公司发展能力分析	217
图表6-7 2007年一汽轿车股份有限公司现金流量分析	217
图表6-8 2007年一汽夏利汽车股份有限公司主营业务收入、利润总额统计	218
图表6-9 2007年一汽夏利汽车股份有限公司获利能力分析	218
图表6-10 2007年一汽夏利汽车股份有限公司经营能力分析	218



图表6-11 2007年一汽夏利汽车股份有限公司偿债能力分析	219
图表6-12 2007年一汽夏利汽车股份有限公司资本结构分析	219
图表6-13 2007年一汽夏利汽车股份有限公司发展能力分析	219
图表6-14 2007年一汽夏利汽车股份有限公司现金流量分析	220
图表6-15 一汽轿车股份有限公司主力车型	223
图表6-16 一汽大众汽车有限公司主力车型（一）	223
图表6-17 一汽大众汽车有限公司主力车型（二）	223
图表6-18 一汽大众汽车有限公司主力车型（三）	224
图表6-19 天津一汽夏利汽车股份有限公司主力车型	224
图表6-20 一汽海南汽车有限公司主力车型	224
图表6-21 2007年上海汽车股份有限公司主营业务收入、利润总额统计	228
图表6-22 2007年上海汽车股份有限公司获利能力分析	228
图表6-23 2007年上海汽车股份有限公司经营能力分析	228
图表6-24 2007年上海汽车股份有限公司偿债能力分析	229
图表6-25 2007年上海汽车股份有限公司资本结构分析	229
图表6-26 2007年上海汽车股份有限公司发展能力分析	230
图表6-27 2007年上海汽车股份有限公司现金流量分析	230
图表6-28 2007年东风汽车集团公司主营业务收入、利润总额统计	234
图表6-29 2007年东风汽车集团公司获利能力分析	235
图表6-30 2007年东风汽车集团公司经营能力分析	235
图表6-31 2007年东风汽车集团公司偿债能力分析	235
图表6-32 2007年东风汽车集团公司资本结构分析	236
图表6-33 2007年东风汽车集团公司发展能力分析	236
图表6-34 2007年东风汽车集团公司现金流量分析	237
图表6-35 2007年长安汽车及其控股子公司和合营公司汽车产销量统计	250
图表6-36 2007年长安汽车及其控股子公司和合营公司轿车销量统计	251
图表6-37 2007年长安汽车股份有限公司主营业务收入、利润总额统计	251
图表6-38 2007年长安汽车股份有限公司获利能力分析	252
图表6-39 2007年长安汽车股份有限公司经营能力分析	252
图表6-40 2007年长安汽车股份有限公司偿债能力分析	252
图表6-41 2007年长安汽车股份有限公司资本结构分析	253
图表6-42 2007年长安汽车股份有限公司发展能力分析	253

图表6-43 2007年长安汽车股份有限公司现金流量分析	253
图表6-44 奇瑞汽车2007销量盘点	258
图表6-45 2007年奇瑞公司全年销量、出口量统计	259
图表6-46 2005-2007年奇瑞汽车销量绝对量及增长率	259
图表6-47 2007年安徽奇瑞汽车有限公司销量及排名情况	260
图表9-1 2007年通用、福特、克莱斯勒在美销量统计	311
图表9-2 2007年丰田汽车在美销量统计	311
图表9-3 2007年欧洲乘用车市场销售规模统计	313
图表9-4 2007年欧盟25国乘用车销量统计	313
图表9-5 2007年欧盟25国乘用车市场销量排名	313
图表9-6 2007年波兰乘用车销量统计	314
图表9-7 2007年波兰国内乘用车销量前五名的厂商	315
图表9-8 2007年丰田公司在波兰乘用车市场表现	316
图表9-9 2007年波兰中低档畅销汽车销量排行	316
图表9-10 2007年意大利排名前三位的汽车公司新车登记量及市场占有率情况	317
图表9-11 2007年意大利乘用车新车登记总量统计	317
图表9-12 2007年意大利乘用车新车国外品牌登记量统计	317
图表9-13 2007年现代汽车在美国销量统计	319
图表9-14 2007年通用印度公司在印度乘用车市场的销量统计	319
图表9-15 2010年通用在印度汽车市场占有率预计	320
图表10-1 2007年我国国内生产总值统计	329
图表10-2 2007年中国第一产业/第二产业/第三产业增长	329
图表10-3 2007年我国粮食产量统计	330
图表10-4 2007年全国规模以上工业增加值增长情况	330
图表10-5 2007年全国规模以上工业企业利润统计	331
图表10-6 2007年全社会固定资产投资情况	331
图表10-7 2007年社会消费品零售总额统计	332
图表10-8 2007年进出口总额统计	333
图表10-9 2007年城镇居民人均可支配收入统计	333
图表10-10 2007年全国城镇累计新增就业人数统计	333
图表10-11 2008年钢铁行业景气走势预测	350
图表11-1 欧、美、日、韩及中系车历年销售量	370

图表11-2 欧、美、日、韩及中系车历年乘用车市场份额 370

图表11-3 福特汽车公司中国市场零售总销量 373

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38099.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。