



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国微型汽车产业 市场研究与发展态势预测分析报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国微型汽车产业市场研究与发展态势预测分析报告》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/113869.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

第一部分 世界微型汽车产业动态分析

第一章 2008-2009年世界微型汽车产业运行状况分析

第一节 2008-2009年世界微型汽车产业发展概述

- 一、世界微型汽车发展起源于美国
- 二、微型汽车在日本得到长足发展
- 三、印度是世界微型汽车发展的主要市场
- 四、微型汽车在东欧国家汽车生产中所占比例高

第二节 2008-2009年世界鼓励微型汽车发展的优惠政策

- 一、日本
- 二、意大利
- 三、韩国
- 四、法国
- 五、美国

第三节 2009-2012年世界微型汽车产业发展前景分析

第二章 2008-2009年世界微型汽车产业主要国家运营透析

第一节 2008-2009年日本微型汽车产业发展解析

- 一、日本微型汽车的发展历程
- 二、日本微型车市场成功发展的原因
- 三、日本微型车保有量分析
- 四、金融危机下日本微型车占新车销量比例超过四成

第二节 2008-2009年印度微型汽车产业发展分析

- 一、印度政府鼓励微型汽车的发展
- 二、印度微型汽车产业发展势头强劲
- 三、印度微型车市场空间大国际品牌争相涌入
- 四、印度微型车出口产业发展现状

第三节 2008-2009年韩国近年积极发展微型汽车产业分析

第二部分 中国微型汽车产业透析

第三章 2008-2009年中国微型车产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

第二节 2008-2009年中国中国汽车工业运行形势分析

一、中国已成为世界最主要的汽车大国之一

二、2009年3月全国汽车销量创历史新高

三、2009-2012年中国汽车工业发展预测

第三节 近年来中国政策鼓励发展小排量车

一、2006年新消费税减轻了小排量车的负担

二、2007年国家再次鼓励企业推动小排量车发展

三、2008年再次调整汽车消费税鼓励小排量汽车发展

第四章 2008-2009年中国微型汽车产业运行形势分析

第一节 2008-2009年中国微型车产业发展综述

一、中国微型车市场的发展演变历程

二、中国微型车行业的发展特点

三、金融危机下微型车扮演重要市场角色

第二节 2008-2009年中国微型汽车行业发展的新特征

一、微车产品呈现高档化和环保安全化

二、微型车产品内涵扩大更新速度加快

三、产品品牌价值突出市场竞争延伸到多方位

四、微型汽车越来越受到市场各方关注

第三节 2008-2009年中国微型车发展面临的问题及对策分析

一、中国微车市场走低的原因及发展出路

二、2008年油价上涨对微型车影响大

三、自主品牌微车面临危机《微型车法》亟待出台

四、微车市场发展尚需宽松外部环境

五、中国微型车厂商应该评估的策略

第五章 2008-2009年中国微型汽车产业市场运行动态分析

第一节 2008-2009年中国微型汽车产业运行概述

一、中国微型汽车市场回顾

二、中国微型车市场逆势上扬

三、中国微型车市场自主品牌销量分析

四、中国微车市场掀起王者守卫战

五、中国微型车市场面临格局洗牌

第二节 2008-2009年中国微型车市场的需求特征分析

一、产品特征

二、价格特征

三、价值特征

四、地域特征

第三节 2008-2009年中国影响微型汽车产业市场的因素分析

第六章 2008-2009年中国新政策下的农村微型车市场发展动态分析

第一节 2009年中国农村微型车市场产业政策分析

一、《汽车产业振兴规划》50亿补贴拉动农村微型车市场

二、中国"汽车下乡"首先从微型车起步

三、汽车下乡为微型车打开市场空间

四、微型车市场将迎来"真正的春天"

第二节 2009年中国新政策下的微型车市场发展态势分析

一、2009年1月微型客车市场出现"爆发性"增长

二、2009年1-2月微车及相关企业受益显著

三、2009年初微型车下乡拉动销量上扬

四、中国自主品牌开始抢食农村微车市场

五、微车下乡车型不限品牌企业火拼服务牌

第三节 2008-2009年中国农村微型车市场发展分析

一、微客和微货更加适应于中国农村市场

二、农村微型客车市场发展现状分析

三、农村微型货车市场发展现状分析

四、农村微型车市场的发展趋势分析

第三部分 中国微型汽车细分市场解析

第七章 2008-2009年中国微型汽车细分市场分析——微型轿车

第一节 2008-2009年中国微型轿车产业市场发展综述

一、中国微型轿车市场的发展轨迹

二、中国应坚持用政策鼓励微型轿车发展

三、中国微型轿车发展存在的问题

四、微型轿车消费者满意度低

第二节 2007-2008年中国排气量 < 1000cc小轿车进出口数据分析

一、中国排气量 < 1000cc小轿车进口数据分析

二、中国排气量 < 1000cc小轿车出口数据分析

三、中国排气量 < 1000cc小轿车进出口单价分析

第三节 2008-2009年中国主流微型轿车的消费群体分析

一、夏利锁定中年族群

二、自由舰频繁现身城乡结合部及三线城市

三、奇瑞成为时尚人士的最爱

四、奔奔迎合"落寞"年轻一族心理

第四节 2008-2009年制约国内微型轿车市场走强的主要原因

一、国家对汽车安全环保要求的日益提高和相关法规苛刻

二、经济型轿车及中级轿车对微型轿车市场的冲击

三、主流微型轿车品牌表现不佳

四、微型轿车品种偏少致使需求不振

五、环境变化使低价微型轿车对消费者的吸引力逐渐降低

第八章 2008-2009年中国微型汽车细分市场分析——微型客车

第一节 2008-2009年中国微型客车产业发展综述

一、中国微型客车的变化发展分析

二、中国微型客车市场集中度浅析

三、中国微客微客产品走向细分化市场

四、中国微客市场第一代微客异军突起形成新格局

五、中国微客市场呈现"轿车级"概念趋势

第二节 2008-2009年中国微型客车市场发展分析

一、中国微客市场格局

二、微客市场掀起改型换代潮流

三、中国微客市场进入洗牌期

第三节 2008-2009年中国微型客车市场发展分析

- 一、微型客车整体市场情况
- 二、微型客车企业竞争情况
- 三、企业市场占有率
- 四、微型客车品牌

第九章 2008-2009年中国微型汽车细分市场分析——微型货车

第一节 2008-2009年中国微型货车产业发展综述

- 一、中国微型货车行业发展历程
- 二、中国微型货车适应市场需求发展迅速
- 三、中国微型货车消费群市场分析

第二节 2008-2009年中国微型货车市场运行态势分析

- 一、2008年9月中国微型货车销量大幅增长
- 二、2008年微型货车占载货汽车市场份额18%
- 三、中国微型货车市场集中度较高

第三节 2008-2009年中国促使微型货车农村市场规模扩大的因素

- 一、农村居民收入增加为微货市场发展创造条件
- 二、农村道路交通条件改善为微货发展提供行车环境
- 三、微货具有代替农用车等落后交通工具的市场机会
- 四、农产品比重上升促进城乡物流对微货需求增加
- 五、农民收入渠道变化催生对小型运输车辆的需求

第四部分 中国微型汽车产业竞争浅析

第十章 2008-2009年中国微型汽车产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国微型汽车产业竞争现状分析

- 一、微型汽车产业竞争程度分析
- 二、微型汽车产业品牌竞争格局分析
- 三、微型汽车产业重点企业竞争分析

第二节 2008-2009年中国微型轿车市场竞争状况分析

- 一、微型轿车市场需求不断萎缩
- 二、微型车各细分市场占比情况
- 三、微型轿车企业竞争情况
- 四、微型轿车各品牌竞争情况

第三节 2008-2009年中国微型汽车产业提升竞争力策略分析

第十一章 2008-2009年中国微型汽车产业优势企业竞争力对比分析

第一节 重庆长安汽车股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 江西昌河汽车股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 奇瑞汽车有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 上汽通用五菱汽车股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 哈尔滨哈飞实业汽车制造有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节 上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第七节 广州本田汽车有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第八节 神龙汽车有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第九节 长安福特马自达汽车有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十节 东风悦达起亚汽车有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五部分 中国微型汽车趋势透析

第十二章 2009-2012年中国微型车市场的前景趋势分析

第一节 2009-2012年中国微型车市场发展前景分析

一、中国未来几年微型车市场庞大

二、中国微型车市场的发展趋势

三、中国微型车取代农用车的趋势

四、大型化产品成为微车行业的未来发展趋势

第二节 2009-2012年中国微型轿车市场发展趋势分析

一、微型轿车竞争将更加激烈

二、微型轿车第三代产品将成为市场新亮点

三、微型轿车市场短期内无法走出困境

第三节 2009-2012年中国微型客车市场发展趋势分析

一、加长微客渐成潮流

二、加宽微客暗流涌动

三、微客准轻客化（大微客化）

四、平地板仍是微客今后发展的主流

五、微客排量不断升级

六、微客更安全化、更环保化

第十三章 2009-2012年中国微型汽车产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国微型汽车产业投资环境分析

第二节 2009-2012年中国微型汽车产业投资机会分析

一、投资微型汽车将有更多发展机会

二、微型车市场尽管潜力大但利润相对薄

第三节 2009-2012年中国微型汽车产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策性风险分析

三、进入退出风险分析

第四节 专家建议

图表目录：

图表：中国GDP分析

图表：城乡居民家庭人均可支配收入

图表：恩格尔系数

图表：2006-2008年重庆长安汽车股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2008年重庆长安汽车股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2008年重庆长安汽车股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2008年重庆长安汽车股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2008年重庆长安汽车股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2008年重庆长安汽车股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2008年重庆长安汽车股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2008年江西昌河汽车股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2008年江西昌河汽车股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2008年江西昌河汽车股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2008年江西昌河汽车股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2008年江西昌河汽车股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2008年江西昌河汽车股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2008年江西昌河汽车股份有限公司偿债能力指标表

图表：奇瑞汽车有限公司销售收入情况

图表：奇瑞汽车有限公司盈利指标情况

图表：奇瑞汽车有限公司盈利能力情况

图表：奇瑞汽车有限公司资产运行指标状况

图表：奇瑞汽车有限公司资产负债能力指标分析

图表：奇瑞汽车有限公司成本费用构成情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司销售收入情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司盈利指标情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司盈利能力情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司资产运行指标状况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司资产负债能力指标分析

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司成本费用构成情况

图表：哈尔滨哈飞实业汽车制造有限公司销售收入情况

图表：哈尔滨哈飞实业汽车制造有限公司盈利指标情况

图表：哈尔滨哈飞实业汽车制造有限公司盈利能力情况

图表：哈尔滨哈飞实业汽车制造有限公司资产运行指标状况

图表：哈尔滨哈飞实业汽车制造有限公司资产负债能力指标分析

图表：哈尔滨哈飞实业汽车制造有限公司成本费用构成情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛公司销售收入情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛公司盈利指标情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛公司盈利能力情况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛公司资产运行指标状况

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛公司资产负债能力指标分析

图表：上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛公司成本费用构成情况

图表：广州本田汽车有限公司销售收入情况

图表：广州本田汽车有限公司盈利指标情况

图表：广州本田汽车有限公司盈利能力情况
图表：广州本田汽车有限公司资产运行指标状况
图表：广州本田汽车有限公司资产负债能力指标分析
图表：广州本田汽车有限公司成本费用构成情况
图表：神龙汽车有限公司销售收入情况
图表：神龙汽车有限公司盈利指标情况
图表：神龙汽车有限公司盈利能力情况
图表：神龙汽车有限公司资产运行指标状况
图表：神龙汽车有限公司资产负债能力指标分析
图表：神龙汽车有限公司成本费用构成情况
图表：长安福特马自达汽车有限公司销售收入情况
图表：长安福特马自达汽车有限公司盈利指标情况
图表：长安福特马自达汽车有限公司盈利能力情况
图表：长安福特马自达汽车有限公司资产运行指标状况
图表：长安福特马自达汽车有限公司资产负债能力指标分析
图表：长安福特马自达汽车有限公司成本费用构成情况
图表：东风悦达起亚汽车有限公司销售收入情况
图表：东风悦达起亚汽车有限公司盈利指标情况
图表：东风悦达起亚汽车有限公司盈利能力情况
图表：东风悦达起亚汽车有限公司资产运行指标状况
图表：东风悦达起亚汽车有限公司资产负债能力指标分析
图表：东风悦达起亚汽车有限公司成本费用构成情况
图表：2009-2012年中国微型车市场前景分析
图表：2009-2012年中国微型轿车市场发展趋势分析
图表：2009-2012年中国微型客车市场发展趋势分析
略…………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/113869.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）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。