



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年汽车导航行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年汽车导航行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/117803.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

2008年中国汽车电子产业发展迅速，但外部环境恶化等众多不利因素使得2009年产业前景备受关注。近几年，中国汽车产业除产量增加以外，乘用车的产品升级步伐明显加快，而在这轮产品升级过程中，国产汽车的电子化程度不断提高成为最显著标志。2008年下半年，受全球范围金融危机的影响，中国汽车产量并未突破之前业内普遍预期的千万辆大关，面对可能仍将持续的产业风暴。从目前的形式来看，中国汽车产业的发展步伐可能要稍有放缓，但这场金融危机引发的产业风暴对汽车电子市场并不会产生太大的冲击，反之，它还有可能引领汽车电子市场进入一个新时代。在如今这样的经济环境下，汽车产品市场竞争势必将越发激烈，汽车厂商除了降价以外，增配是最有效的竞争手段，而增配过程中，汽车电子的配备率将大幅度提升。从2008年汽车市场来看，这种“加量不加价”——甚至“加量又减价”的竞争手段已经被众多汽车厂商广泛运用，而随着市场竞争形式日益严峻，更大手笔的“加量”势在必行。如果征收“燃油税”，小排量汽车必将成为市场新宠，而针对小排量汽车的升级将成为汽车产业下一个发展重点。为满足消费者的需求，许多中、高端汽车中的电子产品将被移植到小排量汽车中，未来小排量轿车将以完备的电子配置展现在消费者面前。“燃油税”的征收使得混合动力汽车市场再一次引起大家关注。多年来，包括奇瑞、比亚迪等本土品牌在内的多家汽车厂商在混合动力汽车方面做了很多工作，产品日趋成熟且成本不断下降，在混合动力车中，汽车电子产品的成本比重一般要超过40%，有些甚至要超过60%，混合动力车市场的发展无疑将成为未来几年中国汽车电子市场发展的新动力。在这次产业风暴中，单从汽车产量来看，部分汽车电子产品的市场容量增长将有所放缓，但从另一个角度来看，这次产业风暴有可能成为汽车电子市场进入一个崭新阶段的开始。

现在汽车导航系统已经不仅仅出现在高端轿车的高配车型上。很多售价15万到20万RMB左右的家用车也推出了装载导航系统的导航版。此外，随着大量的媒体宣传以及导航系统的硬件和软件功能变得更加完善，“开车用导航”的观念正越来越被广大消费者所接受。详细分析了中国车载音响，车载DVD和车载导航系统的现状和市场特点后认为，车载导航系统会是这三类产品中发展最为迅速的领域。由于前装车载导航系统在排量1.6~2.5L以及>2.5L的车型中的装载比例不断提高，预计到2015年中国前装的车载导航系统销售额将会突破23亿美元。就目前来说，中国前装车载导航系统市场基本上还是被外资品牌所垄断。不仅前装市场发展迅猛，后装的汽车导航产品也预计会迎来一个快速的发展期。不同于前装车载导航系统市场被外商巨头垄断的局面，中国自主品牌在后装汽车导航产品市场中占有了相当的市场份额。较为有代表性的自主品牌包括好帮手，天派和华阳等。由于相对更有竞争力的价格优势和比较完善的销售网络的支撑，中国自主品牌后装汽车导航产品的发展势头已经完全盖过了许多知名外资品牌。然而，由于受到便携式导航仪和导航手机的强烈冲击，中国后装汽车导航系

统的市场竞争也将更趋激烈。由于消费者对导航功能的需求已经逐渐被激发，汽车导航产品正越来越被广大消费者所接受。无论是前装还是后装导航系统都将会迎来一个前所未有的快速发展时期。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家测绘局、中国GPS应用协会、中国电波研究所、矢野研究所、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及汽车导航专业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对全球汽车导航产业的发展现状、中国汽车导航产业的发展状况，汽车导航相关产业发展情况，汽车导航产业发展趋势，以及汽车导航主要竞争企业等进行了详细分析。报告还重点研究了各类汽车导航产品、汽车导航技术的发展趋势和汽车导航的发展环境。本报告是汽车导航产业相关企业、科研单位、政府部门等准确了解目前中国汽车导航产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 全球汽车导航市场分析

##### 第一节 全球汽车导航市场分析

一、2009年全球汽车导航需求分析

二、2009年欧美汽车导航需求分析

三、2009年全球导航产品产量预测

四、2009年中外汽车导航市场对比

##### 第二节 德国汽车导航市场分析

一、2008年德国汽车导航行业分析

二、2008年德国汽车导航产品销量

三、2009年德国导航产品销量预测

##### 第三节 日本汽车导航市场分析

一、2008年日本汽车导航产品产量

二、2008年日本汽车导航产品销量

三、2009年日本导航产品销量预测

##### 第四节 美国汽车导航市场分析

一、2008年美国汽车导航产品销量

二、2009年美国汽车导航市场预测

三、2012年美国导航产品销量预测

#### 第五节 韩国汽车导航市场分析

一、2008年韩国汽车导航行业分析

二、2009年韩国汽车导航发展形势

三、2012年韩国导航产品销量预测

### 第二章 国内外汽车行业分析

#### 第一节 国际汽车工业现状

一、世界汽车行业的供应链结构分析

二、2008-2009年世界汽车行业发展现状

三、金融危机对全球汽车产业的影响

四、全球汽车制造业新趋向

#### 第二节 中国汽车工业发展分析

一、改革开放30年民族汽车工业的发展

二、2008年中国汽车行业回顾及其展望

三、2008年我国汽车产销及进出口分析

四、2008年我国汽车行业产量数据分析

五、2008年汽车工业重点企业经济效益

六、2008年金融危机与汽车行业的分析

#### 第三节 2008年轿车市场销量分析

一、2008年前十大轿车销量排行榜

二、2008年我国轿车销量情况分析

三、2008年自主品牌轿车销量分析

四、2008年我国轿车销量数据分析

五、2009年我国轿车销量情况预测

### 第三章 中国卫星导航产业发展分析

#### 第一节 中国卫星导航产业发展分析

一、卫星导航行业简介

二、我国卫星导航产业发展状况

三、导航产业发展趋势

#### 四、估值比较及投资策略

##### 第二节 我国导航产业发展状况

###### 一、我国导航产业市场潜力分析

###### 二、我国导航产业发展现状

###### 三、我国导航产业基地建设情况

##### 第三节 卫星导航产业市场分析

###### 一、我国卫星导航产业市场分析

###### 二、我国卫星导航产业市场需求状况

###### 三、我国卫星导航产业市场挑战与机遇分析

##### 第四节 2008年我国导航产业市场发展现状

###### 一、2008年中国卫星导航产业发展状况

###### 二、2008年北斗卫星导航定位系统应用情况

###### 三、我国北斗卫星全球导航系统建设情况

###### 四、2009年中国卫星导航产业市场规模预计

###### 五、2010年中国新卫星导航系统分析

#### 第四章 中国汽车导航市场发展分析

##### 第一节 汽车导航行业分析

###### 一、我国汽车导航行业现状分析

###### 二、改革开放三十年的回顾与思考

###### 三、2008年我国汽车导航市场发展势头

###### 四、2008年汽车导航产品产量及进出口

###### 五、2008年金融危机对汽车导航的影响

###### 六、2009年汽车导航行业发展空间分析

##### 第二节 我国汽车导航市场分析

###### 一、2008年上半年汽车导航市场分析

###### 二、2008年下半年汽车导航市场分析

###### 三、2009年1季度汽车导航市场分析

###### 四、2008年主流汽车导航产品的发展

###### 五、2009年汽车导航市场的走向分析

#### 第五章 2008-2009年中国汽车导航产业运行状况分析

## 第一节 2008-2009年中国汽车导航产业概述

- 一、2008-2009年中国汽车导航产业发展现状
- 二、2008-2009年中国汽车导航产业产量分析
- 三、2008-2009年中国汽车导航产业技术发展动向
- 四、2008-2009年中国汽车导航产业品牌发展分析

## 第二节 2008-2009年中国汽车导航产业市场供需状况分析

- 一、2008-2009年中国汽车导航产业产品供给能力分析
- 二、2008-2009年中国汽车导航产业市场需求状况分析
- 三、2008-2009年中国汽车导航产业市场供需总体态势
- 四、中国汽车导航产业发展存在的问题分析

## 第六章 2008-2009年中国汽车导航产业主要经济指标分析

### 第一节 2008-2009年中国汽车导航产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国汽车导航产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

### 第二节 2008-2009年中国汽车导航产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国汽车导航产业市场总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

### 第三节 2008-2009年中国汽车导航产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国汽车导航产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

### 第四节 2008-2009年中国汽车导航产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国汽车导航产业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

## 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 我国汽车市场竞争分析

#### 第一节 中国汽车市场竞争格局

- 一、2008年中国汽车市场竞争分析
- 二、2008年中外汽车品牌竞争分析
- 三、2009年我国汽车市场竞争分析
- 第二节 我国汽车导航市场竞争分析
  - 一、2008年我国汽车导航市场竞争格局
  - 二、2008年竞争影响价格走势分析
  - 三、2008年汽车导航行业竞争策略分析

## 第八章 汽车导航行业竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

### 第三节 中国汽车导航行业竞争格局综述

- 一、2008年汽车导航行业集中度
- 二、2008年汽车导航行业竞争程度
- 三、2008年汽车导航企业与品牌数量
- 四、2008年汽车导航行业竞争格局分析

### 第四节 2008-2009年汽车导航行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外汽车导航竞争分析
- 二、2008-2009年我国汽车导航市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国汽车导航市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要汽车导航企业动向

## 第九章 汽车导航企业竞争策略分析

### 第一节 汽车导航市场竞争策略分析



- 一、2009年汽车导航市场增长潜力分析
- 二、2009年汽车导航主要潜力品种分析
- 三、现有汽车导航产品竞争策略分析
- 四、潜力汽车导航品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

## 第二节 汽车导航企业竞争策略分析

- 一、金融危机对汽车导航行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后汽车导航行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国汽车导航市场竞争趋势
- 四、2009-2012年汽车导航行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年汽车导航行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年汽车导航企业竞争策略分析

## 第十章 日本汽车导航厂商竞争分析

### 第一节 松下公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 先锋公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 歌乐公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 阿尔派电子(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 其他日本厂商

一、电装公司

二、建伍公司

三、索尼公司

四、富士通公司

五、日产汽车公司

第十一章 欧洲汽车导航厂商竞争分析

第一节 TomTom

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 西门子威迪欧电子公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 麦哲伦导航定位公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 徕卡公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 其他厂商

一、蓝宝公司

## 二、诺基亚

### 第十二章 北美汽车导航厂商竞争分析

#### 第一节 GARMIN

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第二节 Mentor

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第三节 NovAtel

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第四节 ROCKWELL

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第五节 Andrew

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

### 第十三章 中国汽车导航厂商竞争分析

#### 第一节 卫星导航运营商服务商

##### 一、北京合众思壮有限责任公司

- 二、北京北斗星通导航技术股份有限公司
- 三、中寰卫星导航通信有限公司
- 四、北京盛基恒信科技发展有限公司
- 五、北京中软GPS卫星定位系统有限公司
- 六、深圳赛格导航科技股份有限公司

## 第二节 重点品牌GPS厂家

- 一、北京城际高科信息技术有限公司
- 二、江苏新科电子集团
- 三、宇达电通有限公司
- 四、北京东方联星科技有限公司
- 五、西安华讯微电子技术有限公司
- 六、北京纽曼理想数码科技有限公司
- 七、北京华旗资讯数码科技有限公司
- 八、深圳盈科创展科技有限公司
- 九、深圳航盛电子股份有限公司
- 十、深圳麦士威科技有限公司
- 十一、长虹佳华信息产品有限责任公司

## 第三部分 行业前景预测

### 第十四章 汽车导航行业发展趋势分析

#### 第一节 我国汽车导航行业前景与机遇分析

- 一、我国汽车导航行业发展前景
- 二、先进汽车导航发展前景分析
- 三、2009年汽车导航的发展机遇分析
- 四、2009年汽车导航的发展形势分析

#### 第二节 2009年汽车行业发展分析

- 一、2009年汽车行业发展形势分析
- 二、2009年汽车行业总体增速预测
- 三、2009年汽车市场格局变化预测
- 四、2009年汽车行业复苏时间预测

#### 第三节 2009-2012年中国汽车导航市场趋势分析

- 一、2008-2009年汽车导航市场趋势总结

- 二、2009-2012年汽车导航发展趋势分析
- 三、2009-2012年汽车导航市场发展空间
- 四、2009-2012年汽车导航产业政策趋向
- 五、2009-2012年汽车导航技术革新趋势
- 六、2009-2012年汽车导航价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

## 第十五章 未来汽车导航行业发展预测

### 第一节 2009-2012年国际汽车导航市场预测

- 一、2009-2012年全球汽车导航行业产值预测
- 二、2009-2012年全球汽车导航市场需求前景
- 三、2009-2012年全球汽车导航市场价格预测

### 第二节 2009-2012年国内汽车导航市场预测

- 一、2009-2012年国内汽车导航行业产值预测
- 二、2009-2012年国内汽车导航市场需求前景
- 三、2009-2012年国内汽车导航市场价格预测
- 四、2009-2012年国内汽车导航行业集中度预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十六章 汽车导航行业投资现状分析

#### 第一节 2008年汽车导航行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年1-5月汽车导航行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

## 第十七章 汽车导航行业投资环境分析

### 第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

### 第二节 政策法规环境分析

一、2009年汽车导航行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

### 第四节 汽车行业振兴规划

一、汽车行业振兴规划概述

二、汽车行业振兴规划细则

三、汽车行业振兴规划主要任务

四、汽车行业振兴规划主要工程

五、汽车行业振兴规划主要措施

六、汽车行业振兴规划的意义与作用

七、汽车行业振兴规划对汽车导航行业的影响

## 第十八章 汽车导航行业投资机会与风险

### 第一节 汽车导航行业投资效益分析

一、2008-2009年汽车导航行业投资状况分析

二、2009-2012年汽车导航行业投资效益分析

三、2009-2012年汽车导航行业投资趋势预测

四、2009-2012年汽车导航行业的投资方向

五、2009-2012年汽车导航行业投资的建议

## 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响汽车导航行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响汽车导航行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响汽车导航行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响汽车导航行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国汽车导航行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国汽车导航行业发展面临的机遇分析

### 第三节 汽车导航行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年汽车导航行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年汽车导航行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年汽车导航行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年汽车导航行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年汽车导航同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年汽车导航行业其他风险及控制策略

## 第十九章 汽车导航行业投资战略研究

### 第一节 汽车导航行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国汽车导航品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、汽车导航实施品牌战略的意义
- 三、汽车导航企业品牌的现状分析
- 四、我国汽车导航企业的品牌战略
- 五、汽车导航品牌战略管理的策略

### 第三节 汽车导航行业投资战略研究

- 一、2009年汽车行业投资战略

二、2009年汽车导航行业投资战略

三、2009-2012年汽车导航行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：汽车导航产业链分析

图表：国际汽车导航市场规模

图表：国际汽车导航生命周期

图表：汽车导航行业竞争格局

图表：2003-2008年中国汽车导航市场规模

图表：2002-2008年全球汽车导航产业市场规模

图表：2006-2008年汽车导航行业重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国汽车导航行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国汽车导航行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国汽车导航行业资产情况分析

图表：2006-2008年汽车导航制造行业总体状况

图表：2007-2008年汽车导航产品进口数量比较

图表：2007-2008年汽车导航进口金额趋势比较

图表：2007-2008年汽车导航进口数量趋势比较

图表：2007-2008年汽车导航出口金额趋势比较

图表：2007-2008年汽车导航出口数量趋势比较

图表：2008年中国向全球各区域汽车导航出口量月度推移

图表：2008年我国前十位出口汽车导航数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口汽车导航金额省市地区

图表：2007-2008年中国汽车导航行业发展能力分析

图表：2007-2008年中国汽车导航行业竞争力分析

图表：2009-2012年中国汽车导航行业产能预测

图表：2009-2012年中国汽车导航行业消费量预测

图表：2009-2012年中国汽车导航行业市场前景预测

图表：2009-2012年中国汽车导航行业市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国汽车导航行业发展前景预测

图表：2008年1-12月汽车产量全国合计



图表：2008年1-12月汽车产量北京市合计  
图表：2008年1-12月汽车产量天津市合计  
图表：2008年1-12月汽车产量河北省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量辽宁省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量吉林省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量黑龙江合计  
图表：2008年1-12月汽车产量上海市合计  
图表：2008年1-12月汽车产量江苏省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量浙江省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量安徽省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量福建省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量江西省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量山东省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量河南省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量湖北省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量湖南省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量广东省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量广西区合计  
图表：2008年1-12月汽车产量海南省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量重庆市合计  
图表：2008年1-12月汽车产量四川省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量贵州省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量云南省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量陕西省合计  
图表：2008年1-12月汽车产量新疆区合计  
图表：2008年1-12月汽车产量内蒙古合计  
图表：2009年1-4月汽车产量全国合计  
图表：2009年1-4月汽车产量北京市合计  
图表：2009年1-4月汽车产量天津市合计  
图表：2009年1-4月汽车产量河北省合计  
图表：2009年1-4月汽车产量辽宁省合计  
图表：2009年1-4月汽车产量吉林省合计

图表：2009年1-4月汽车产量黑龙江合计

图表：2009年1-4月汽车产量上海市合计

图表：2009年1-4月汽车产量江苏省合计

图表：2009年1-4月汽车产量浙江省合计

图表：2009年1-4月汽车产量安徽省合计

图表：2009年1-4月汽车产量福建省合计

图表：2009年1-4月汽车产量江西省合计

图表：2009年1-4月汽车产量山东省合计

图表：2009年1-4月汽车产量河南省合计

图表：2009年1-4月汽车产量湖北省合计

图表：2009年1-4月汽车产量湖南省合计

图表：2009年1-4月汽车产量广东省合计

图表：2009年1-4月汽车产量广西区合计

图表：2009年1-4月汽车产量海南省合计

图表：2009年1-4月汽车产量重庆市合计

图表：2009年1-4月汽车产量四川省合计

图表：2009年1-4月汽车产量贵州省合计

图表：2009年1-4月汽车产量云南省合计

图表：2009年1-4月汽车产量陕西省合计

图表：2009年1-4月汽车产量新疆区合计

图表：2009年1-4月汽车产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月汽车制造业国有企业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月汽车制造业集体企业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月汽车制造业股份合作企业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月汽车制造业股份制企业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月汽车制造业私营企业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月汽车制造业外商和港澳台投资企业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月汽车制造业其他类型企业经济指标全国合计

图表：2008年2月汽车制造业收入前十家企业

图表：2008年5月汽车制造业收入前十家企业

图表：2008年8月汽车制造业收入前十家企业

图表：2008年12月汽车制造业收入前十家企业

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/117803.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专业提供投资咨询报告、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。