



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年汽车后视镜行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年汽车后视镜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/125827.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

2009年4月中国汽车产销均超过115万辆，再次创出月产销量历史新高，4月份汽车行业形势比一季度整体回暖；在汽车产销整体增长的情况下，结构性增长的特征依旧明显。国家多项刺激经济的政策效应在4月继续显现，受惠于车购税优惠的车型已经连续4个月呈现稳步增长，其中交叉型乘用车继续保持较高的增长速度；中高排量的乘用车车型也出现了一定增长，商用车、经济效益主要指标降幅收窄。同时在汽车产销整体增长的情况下，结构性增长的特征依旧明显，经济效益和出口情况比2008年同期仍为下降，行业发展仍存在很多的困难。但总的来看，汽车行业形势4月份比一季度整体回暖。4月汽车产销延续3月份增长态势，月产销分别完成115.7万辆和115.3万辆，环比增长5.61%和3.91%，同比分别增长17.9%和25.0%，再次创月产销量新高。从1-4月汽车累计产销看，产销分别完成372.5万辆和383.2万辆，比09年同期分别增长6.4%和9.4%。比一季度的增幅增加4.5和5.5个百分点。从4月的情况可以看出汽车行业形势整体已出现回暖。1.6升及以下轿车和交叉型乘用车是受惠于车购税两类车型，4月两个车型销售分别为41.9万辆和17.2万辆，比3月分别增长11%和3.6%，同比分别增长56.5%和70.7%。其中交叉型乘用车09年以来保持了非常好的增长势头，这既是国家有关政策促进的结果，也与城镇、农村经济活跃以及交叉型乘用车适应其发展的特征有直接关系。低排量车购税优惠政策对于中高排量的轿车车型冲击很大，尤其对1.8升的车型影响很大，09年前两个月中高排量的轿车市场比较低迷。但从近两个月情况看，中高排量的轿车虽然比同期还呈现下降的状况，但从环比情况看，有回暖的迹象，其中4月份1.6到2.0升的轿车比3月增长了2.2%，2.0到2.5升的轿车比3月增长了5.2%。我国汽车业的高速发展，带动我国汽车后视镜市场需求持续大幅增长。受汽车市场的带动，2008年中国汽车后视镜市场总规模接近3000万套，预计2010年将达到3600万套。随着汽车产品市场观念的不断更新和变化，市场对轿车后视镜安全性、操作方便性、经久耐用性及豪华美观性等方面的要求大大提高。特别是汽车电子技术的发展，给后视镜产品的功能升级带来更大的空间。但是国内后视镜行业的先进技术主要掌握在麦格纳唐纳利等外资企业手中。在市场竞争中，外资或合资企业的后视镜占汽车配套市场的56.3%，销售收入在行业占到60%以上。各企业的产品多在国内配套，出口和零售业务较少，面临较大的竞争压力。

本研究咨询报告其中主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、中国汽车用品联合会、《中国汽车报》、国内外相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国汽车后视镜的发展状况、竞争格局、发展趋势等进行了深入透彻的分析。报告内容丰富、翔实，在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合了相关的经济学理论，揭示了行业新的发展机会，以及当前面临问题的发展策略。报告还重点分析了汽车后

视镜细分市场以及相关政策，对汽车后视镜发展存在的问题及对策作了阐述。本报告有助于汽车后视镜企业、科研单位等准确了解目前中国汽车后视镜市场发展动态，把握汽车后视镜发展方向，为企业经营决策提供重要的参考依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 汽车后视镜发展概述

第一节 汽车后视镜概述

一、汽车后视镜的概念

二、汽车后视镜的分类

三、汽车后视镜的功能构造

四、汽车后视镜的工作原理

第二节 汽车后视镜技术发展

一、汽车后视镜技术发展

二、汽车后视镜未来新技术

三、2009年国外汽车后视镜技术分析

四、2009年国内汽车后视镜技术分析

第三节 中国汽车后视镜行业的产业环境概况

一、中国汽车行业保持快速发展

二、中国汽车零部件行业发展处于关键时期

第二章 全球汽车后视镜行业发展分析

第一节 世界汽车后视镜行业发展分析

一、2008年世界汽车后视镜行业发展分析

二、2009年世界汽车后视镜行业发展分析

三、2009年汽车后视镜国外市场竞争分析

第二节 全球汽车后视镜市场分析

一、2009年全球汽车后视镜需求分析

二、2009年欧美汽车后视镜需求分析

三、2009年中外汽车后视镜市场对比

第三节 2008-2009年主要国家或地区汽车后视镜发展分析

- 一、2008-2009年美国汽车后视镜行业分析
- 二、2008-2009年日本汽车后视镜行业分析
- 三、2008-2009年欧洲汽车后视镜行业分析

第三章 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

第四章 我国汽车后视镜行业发展分析

第一节 中国汽车后视镜行业发展状况

- 一、2008年汽车后视镜行业发展状况分析
- 二、2008年中国汽车后视镜行业发展动态
- 三、2008年汽车后视镜行业经营业绩分析
- 四、2008年我国汽车后视镜发展热点

第二节 中国汽车后视镜市场供需状况

- 一、2009年中国汽车后视镜行业供给能力
- 二、2009年中国汽车后视镜市场供给分析
- 三、2009年中国汽车后视镜市场需求分析
- 四、2009年中国汽车后视镜产品价格分析

第三节 我国汽车后视镜市场分析

- 一、2008年上半年汽车后视镜市场分析

- 二、2008年下半年汽车后视镜市场分析
- 三、2009年1季度汽车后视镜市场分析
- 四、2008年主流汽车后视镜市场的发展
- 五、2009年汽车后视镜市场的走向分析

第五章 汽车后视镜产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国汽车后视镜产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国汽车后视镜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年中国汽车后视镜产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国汽车后视镜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年中国汽车后视镜产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国汽车后视镜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年中国汽车后视镜产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国汽车后视镜产业利润总额分析
- 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

第六章 我国汽车后视镜产业进出口分析

第一节 我国汽车后视镜产品进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国汽车后视镜产品出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国汽车后视镜产品进出口预测

- 一、2009年1-4月进口分析
- 二、2009年1-4月出口分析
- 三、2009年进口预测
- 四、2009年出口预测

第二部分 行业竞争格局

第七章 汽车后视镜竞争格局分析

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 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第四节 汽车后视镜制造业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业出口交货值对比分析
- 五、重点企业利润总额对比分析
- 六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年汽车后视镜竞争格局分析

- 一、2008年汽车后视镜制造业竞争分析
- 二、2008年中外汽车后视镜产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外汽车后视镜竞争分析
- 四、2008-2009年我国汽车后视镜市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国汽车后视镜市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要汽车后视镜企业动向

第八章 汽车后视镜企业竞争策略分析

第一节 汽车后视镜市场竞争策略分析

- 一、2009年汽车后视镜市场增长潜力分析
- 二、2009年汽车后视镜主要潜力品种分析
- 三、现有汽车后视镜产品竞争策略分析
- 四、潜力汽车后视镜品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 汽车后视镜企业竞争策略分析

- 一、金融危机对汽车后视镜竞争格局的影响
- 二、金融危机后汽车后视镜竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国汽车后视镜市场竞争趋势
- 四、2009-2012年汽车后视镜竞争格局展望
- 五、2009-2012年汽车后视镜竞争策略分析
- 六、2009-2012年汽车后视镜企业竞争策略分析

第九章 国外汽车后视镜企业竞争分析

第一节 麦格纳集团(Magna)

- 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 涉福耐克(Schefenacker)

- 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 法可赛(Ficosa)

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 市光工业株式会社(Ichikon)

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 日本开明堂 (Murakami Kaimeido)

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

第六节 镜泰轲斯 (Gentex)

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

第十章 我国汽车后视镜企业竞争分析

第一节 麦格纳唐纳利 (上海) 汽车系统有限公司

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

第二节 广东多纳勒振华汽车系统有限公司

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

第三节 上海干巷汽车镜（集团）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

第四节 上海梅克朗汽车镜有限公司

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 长春富奥梅克朗汽车镜有限公司

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

第六节 上海奔原汽车后视镜有限公司

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

第七节 四川天视车镜有限责任公司

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

第八节 涉福耐克中国公司

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

第九节 嘉兴村上石崎汽车配件有限公司

- 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

第三部分 行业前景预测

第十一章 汽车后视镜发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

- 一、2009年宏观经济形势展望
- 二、2009年政策走势及其影响
- 三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年汽车后视镜发展趋势分析

- 一、2009年技术发展趋势分析
- 二、2009年产品发展趋势分析
- 三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国汽车后视镜市场趋势分析

- 一、2008-2009年汽车后视镜市场趋势总结
- 二、2009-2012年汽车后视镜发展趋势分析
- 三、2009-2012年汽车后视镜市场发展空间
- 四、2009-2012年汽车后视镜产业政策趋向
- 五、2009-2012年汽车后视镜技术革新趋势
- 六、2009-2012年汽车后视镜价格走势分析

第十二章 未来汽车后视镜发展预测

第一节 2009-2012年国际汽车后视镜市场预测

- 一、2009-2012年全球汽车后视镜行业产值预测
- 二、2009-2012年全球汽车后视镜市场需求前景
- 三、2009-2012年全球汽车后视镜市场价格预测

第二节 2009-2012年国内汽车后视镜市场预测

- 一、2009-2012年国内汽车后视镜行业产值预测
- 二、2009-2012年国内汽车后视镜市场需求前景
- 三、2009-2012年国内汽车后视镜市场价格预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 汽车后视镜行业投资现状分析

第一节 2008年汽车后视镜行业投资情况分析

- 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月汽车后视镜行业投资情况分析

- 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

第十四章 汽车后视镜行业投资环境分析

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年汽车后视镜行业政策环境
- 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

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、汽车行业振兴规划三大任务
- 四、汽车行业振兴规划六大工程
- 五、汽车行业振兴规划十项措施
- 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后视镜行业的影响

第十五章 汽车后视镜行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 汽车后视镜行业投资效益分析

- 一、2008-2009年汽车后视镜行业投资状况分析
- 二、2009-2012年汽车后视镜行业投资效益分析
- 三、2009-2012年汽车后视镜行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年汽车后视镜行业的投资方向
- 五、2009-2012年汽车后视镜行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响汽车后视镜行业发展的主要因素

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

第五节 汽车后视镜行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年汽车后视镜行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年汽车后视镜行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年汽车后视镜行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年汽车后视镜行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年汽车后视镜行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年汽车后视镜行业其他风险及控制策略

第十六章 汽车后视镜行业投资战略研究

第一节 汽车后视镜行业发展战略研究

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 对我国汽车后视镜品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、汽车后视镜实施品牌战略的意义

三、汽车后视镜企业品牌的现状分析

四、我国汽车后视镜企业的品牌战略

五、汽车后视镜品牌战略管理的策略

第三节 汽车后视镜行业投资战略研究

一、2009年汽车零部件业投资战略

二、2009年汽车后视镜行业投资战略

三、2009-2012年汽车后视镜投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：汽车后视镜产业链分析

图表：国际汽车后视镜市场规模

图表：国际汽车后视镜生命周期

图表：2003-2008年中国汽车后视镜行业市场规模

图表：2002-2008年全球汽车后视镜产业市场规模

图表：2006-2008年汽车后视镜重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国汽车后视镜行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国汽车后视镜行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国汽车后视镜行业资产情况分析

图表：2006-2008年汽车后视镜制造行业总体状况

图表：2007-2008年汽车后视镜产品进口数量比较

图表：2007-2008年汽车后视镜进口金额趋势比较

图表：2007-2008年汽车后视镜进口数量趋势比较

图表：2007-2008年汽车后视镜出口金额趋势比较

图表：2007-2008年汽车后视镜出口数量趋势比较

图表：2008年中国向全球各区域汽车后视镜出口量月度推移

图表：2008年我国前十位出口汽车后视镜数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口汽车后视镜金额省市地区

图表：2007-2008年中国汽车后视镜发展能力分析

图表：2007-2008年中国汽车后视镜竞争力分析

图表：2009-2012年中国汽车后视镜产能预测

图表：2009-2012年中国汽车后视镜消费量预测

图表：2009-2012年中国汽车后视镜市场前景预测

图表：2009-2012年中国汽车后视镜市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国汽车后视镜发展前景预测

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量全国合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量北京市合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量天津市合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量河北省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量山西省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量吉林省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量上海市合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量江苏省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量浙江省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量安徽省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量福建省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量江西省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量山东省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量河南省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量湖北省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量湖南省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量广东省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量广西区合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量海南省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量重庆市合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量四川省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量贵州省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量云南省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量陕西省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量新疆区合计

图表：2008年1-12月汽车后视镜产量内蒙古合计

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月汽车制造业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标海南省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标贵州省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标云南省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标陕西省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标甘肃省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标青海省合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标宁夏区合计
图表：2008年1-12月汽车制造业经济指标新疆区合计
图表：2008年8月汽车制造业收入前十家企业
图表：2008年11月汽车制造业收入前十家企业
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月汽车产量山西省合计
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月汽车产量甘肃省合计

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：2008年1-12月改装汽车产量全国合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量北京市合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量天津市合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量河北省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量山西省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量吉林省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量上海市合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量江苏省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量浙江省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量安徽省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量福建省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量江西省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量山东省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量河南省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量湖北省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量湖南省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量广东省合计

图表：2008年1-12月改装汽车产量广西区合计
图表：2008年1-12月改装汽车产量重庆市合计
图表：2008年1-12月改装汽车产量四川省合计
图表：2008年1-12月改装汽车产量贵州省合计
图表：2008年1-12月改装汽车产量云南省合计
图表：2008年1-12月改装汽车产量陕西省合计
图表：2008年1-12月改装汽车产量新疆区合计
图表：2008年1-12月改装汽车产量内蒙古合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量全国合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量北京市合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量天津市合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量河北省合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量辽宁省合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量浙江省合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量山东省合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量湖北省合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量湖南省合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量重庆市合计
图表：2008年1-12月越野汽车产量内蒙古合计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125827.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。