



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年MPV行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年MPV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/182079.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

2011年第一季度，中国MPV汽车整体市场销量与去年同期相比有了十分显著的上升，但在1、2月份整体市场表现欠佳，3月份整体市场大幅反弹才使得整个一季度的销量较为好看，销量排名靠前的车系仍然是一些熟悉的面孔。瑞风在2011年第一季度以2万辆的销售成绩力压群雄，轻松夺得冠军宝座，成为了第一季度销量最高的MPV车系。别克GL8则稍逊一筹，以1.78万辆的销售成绩排在第二位，景逸对别克GL8的威胁较大，以1.71万辆的销售成绩排在第三位，两大车系相互之间的竞争较为激烈。森雅排在第四位，获得了1.08万辆的销售成绩，风行的销量与前四大车系相比较为有限，销量不足万辆，以0.65万辆的销售成绩排在第五位。2011年第一季度，排名前五的MPV车系共销售了7.22万辆，占据了MPV销售总量的59%。第一季度份MPV汽车市场的销售情况可以说差强人意，纵观第一季度MPV车市销量的增幅总体来看较为有限，3月份的销量贡献较大，可以看出市场的需求仍然强劲，各厂家应当紧紧抓住消费者的消费心理，有针对性的开展宣传促销活动。

2010年年底兴起的MPV热潮，并未随车市调整而降温。借着2010年中国汽车市场再创新高的东风，MPV市场也从多年的休眠状态中被激活，取得超过轿车近一倍的增长率，并将在狭义乘用车市场的占有率提升了整整1个百分点。进入2011年，MPV市场更是高开高走，其中被称为"市场风向标"的别克GL8，2011年前两个月销量与去年同期相比增长40%，已先一步跑赢市场大盘。一方面是增长率、占有率比肩提升，另一方面，成批量的新车型扎堆涌入发力，并向蓝海市场成功开拓，细分市场格局也面临重新洗牌。这些都预示了国内MPV市场正在酝酿的新一轮的猛烈喷发。值得注意的是，目前MPV新车型全部都是2.0L排量以上，且除了进口销售的丰田Alphard埃尔法外，只有长城腾翼V80一款属于公私兼用，其他都属商务车。这也预示着2011年MPV市场的增长主力仍将由商务车型担纲。虽然国内汽车市场2011年的增速可能放缓，但各方预测都认为增长率仍会达到两位数。

2011年MPV将有望继续保持高于平均数的增长率。参照汽车发达市场，如美国MPV在狭义乘用车市场所占份额约7%，"准发达"的韩国约占8%，我国台湾地区占比高达16%。而目前国内的这一比例仅为4%，增长潜力很大。目前国内MPV的市场存量约185万辆，保守估计每年更新10%，即有18万辆，加上新增需求，预计至少也能达到50万辆。随着国内MPV市场在结构上更趋完善，产品更加丰富和多元化，在新的一年里，各细分市场竞争将更趋激烈。不过，别克GL8的市场霸主地位仍旧难以被动摇。随着别克GL8豪华商务车热卖，豪华MPV这个蓝海市场已显示出巨大潜力，有望成为2011年MPV市场新的增长点。此外，GL8豪华商务车与2011款GL8商务车以双车组合形成铁钳，更加强了对豪华和中高端公商务MPV市场的把控，市场份额肯定还会有所扩大。在别克GL8牢据的细分市场之外，则由众多新老产品进行短兵相接

的白刃战，谁胜谁负很难预料。

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、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、中国汽车工业协会、乘用车信息联席会、《中国汽车报》、中国产业研究报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及相关研究单位等公布和提供的大量资料，对我国MPV的发展现状、市场需求状况、销售渠道、市场竞争格局、企业产销情况等进行详细的分析。本报告内容丰富、翔实，在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，对我国MPV行业"十一五"间发展趋势进行了深入分析预测，揭示了MPV行业新的发展机会和发展策略，以及当前面临问题的解决方案，有助于企业准确了解目前MPV行业发展动态，把握MPV行业发展方向，为企业经营决策提供重要的参考依据。

第一部分 行业发展现状

第一章 全球MPV市场分析

第一节 全球MPV市场分析

- 一、2010年全球MPV销量分析
- 二、2010年欧美MPV销量分析
- 三、2010年全球汽车巨头发展
- 四、2010年金融危机影响分析
- 五、2011年全球MPV产量预测
- 六、2011年中外MPV市场对比

第二节 英国MPV市场分析

- 一、2010年英国汽车销量分析
- 二、2010年英国MPV销量分析
- 三、2011年英国汽车救市分析

第三节 德国MPV市场分析

- 一、2010年德国MPV行业分析
- 二、2010年德国MPV销量分析
- 三、2011年德国MPV销量预测

第四节 日本MPV市场分析

- 一、2010年日本MPV产量分析
- 二、2010年日本MPV销量分析
- 三、2011年日本MPV销量预测

第五节 美国MPV市场分析

一、2010年美国MPV销量分析

二、2011年美国MPV市场预测

三、2011年美国MPV销量预测

第六节 俄罗斯MPV市场分析

一、2010年俄罗斯MPV产销分析

二、2010年俄罗斯汽车产业政策

三、2011年金融危机对俄的影响

第七节 韩国MPV市场分析

一、2010年韩国MPV行业分析

二、2010年韩国汽车海外市场

三、2011年韩国MPV发展形势

第八节 其他国家MPV市场分析

一、2010年印度MPV市场分析

二、2010年越南MPV市场分析

三、2010年澳大利亚MPV市场

第二章 中国汽车行业分析

第一节 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、2010年中国汽车行业回顾及其展望

三、2010年我国汽车产销及进出口分析

四、2010年我国汽车行业产量数据分析

五、2010年汽车工业重点企业经济效益

六、2010年金融危机与汽车行业的分析

第二节 汽车零部件行业分析

一、我国汽车零部件行业现状分析

二、改革开放三十年的回顾与思考

三、2010年汽车零部件市场发展势头依旧

四、2010年汽车零部件产量及进出口分析

五、2010年金融危机对汽车零部件的影响

六、2011年汽车零部件行业发展空间分析

第三节 中国轿车行业发展现状

- 一、中国轿车发展的历史基石
- 二、中国轿车从量变到质变分析
- 三、中国轿车厂家对政府的游说
- 四、自主与合资的发展情况分析
- 五、2010年我国轿车市场发展分析
- 六、2010年自主品牌轿车市场分析

第三章 中国MPV市场发展分析

第一节 2010年我国MPV市场分析

- 一、2010年上半年MPV市场分析
- 二、2010年前三季MPV市场分析
- 三、2010年四季度MPV市场分析
- 四、2010年主流MPV市场的发展
- 五、2011年MPV市场的走向分析

第二节 2010年MPV市场销量分析

- 一、2010年前十大MPV销量排行榜
- 二、2010年我国MPV销量情况分析
- 三、2010年自主品牌MPV销量分析
- 四、2010年我国MPV销量数据分析
- 五、2011年我国MPV销量情况预测

第三节 2010年我国MPV进出口分析

- 一、2010年我国MPV进出口分析
- 二、2010年自主品牌MPV出口分析
- 三、2010年MPV进口金额增长情况
- 四、2010年我国MPV出口南美情况
- 五、2011年中国MPV对俄出口形势

第四章 中国MPV产品供需现状研究

第一节 MPV产品总体市场需求现状

- 一、乘用车分车型结构市场销量情况
- 二、MPV产品对乘用车市场的贡献度分析
- 三、MPV产品分排量销量市场销量分析

四、MPV产品分燃油类型市场销量分析

第二节 MPV产品分企业性质销量分析

- 一、自主品牌产品市场销量情况
- 二、自主品牌产品市场份额变化分析
- 三、合资品牌产品市场销量情况
- 四、合资品牌产品市场份额变化分析
- 五、中、日、德、美、韩系MPV产品市场销量情况
- 六、各个系别MPV历年市场份额变化分析

第三节 MPV产品分用途销量情况分析

- 一、商务型MPV产品竞争情况
- 二、商务型MPV产品市场份额变化分析
- 三、家用型MPV产品竞争情况
- 四、家用型MPV产品市场份额变化分析

第四节 MPV产品分价格级别销量情况分析

- 一、豪华型MPV产品竞争情况
- 二、豪华型MPV产品市场份额变化分析
- 三、中级MPV产品竞争情况
- 四、中级MPV产品市场份额变化分析
- 五、经济型MPV产品竞争情况
- 六、经济型MPV产品市场份额变化分析

第五节 MPV产品总体供给现状

- 一、乘用车分车型结构市场产量情况
- 二、MPV产品分排量产量分析
- 三、MPV产品分燃油类型市场产量分析

第二部分 行业竞争格局

第五章 我国汽车市场竞争分析

第一节 中国汽车市场竞争格局

- 一、2010年中国汽车市场竞争分析
- 二、2010年中外汽车品牌竞争分析
- 三、2011年我国汽车市场竞争分析

第二节 我国轿车市场竞争分析

- 一、2010年我国轿车市场竞争格局
- 二、2010年竞争影响价格走势分析
- 三、2010年轿车行业竞争策略分析

第六章 MPV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 MPV市场竞争特点

- 一、新品贡献度分析
- 二、市场集中度分析
- 三、分用途销量分析
- 四、宏观形势和需求预测分析

第四节 MPV主要自主品牌市场格局

- 一、2010-2011年自主品牌产品竞争情况
- 二、2010-2011年自主品牌企业竞争情况

第五节 MPV主要合资品牌市场格局

- 一、2010-2011年合资品牌产品竞争情况
- 二、2010-2011年合资品牌企业竞争情况

第六节 中国MPV行业竞争格局综述

- 一、2010年MPV行业集中度分析
- 二、2010年MPV行业竞争程度
- 三、2010年MPV企业与品牌数量
- 四、2010年MPV行业竞争格局分析

第七节 2010-2011年MPV行业竞争格局分析

- 一、2010-2011年国内外MPV竞争分析
- 二、2010-2011年我国MPV市场竞争分析
- 三、2010-2011年我国MPV市场集中度分析
- 四、2011-2015年国内主要MPV企业动向

第七章 MPV企业竞争策略分析

第一节 MPV市场竞争策略分析

- 一、2011年MPV市场增长潜力分析
- 二、2011年MPV主要潜力品种分析
- 三、现有MPV产品竞争策略分析
- 四、潜力MPV品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 MPV企业竞争策略分析

- 一、金融危机对MPV行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后MPV行业竞争格局的变化
- 三、2011-2015年我国MPV市场竞争趋势
- 四、2011-2015年MPV行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年MPV行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年MPV企业竞争策略分析

第八章 MPV市场营销研究

第一节 消费群体

- 一、性别
- 二、年龄
- 三、阶层

第二节 消费趋势研究

- 一、产品消费趋势定位
- 二、消费税的影响因素分析

第三节 营销策略观察

- 一、MPV产品的发展趋势观察
- 二、MPV产品的营销对策分析

第四节 消费者消费趋势研究

- 一、消费者因素分析
- 二、生产企业因素分析

第九章 主要MPV企业竞争分析

第一节 第一汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第二节 上海汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第三节 东风汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第四节 北京现代

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第五节 长安汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第六节 奇瑞汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 吉利汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 悦达投资

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 金杯汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 福田汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十章 MPV行业发展趋势分析

第一节 我国MPV行业前景与机遇分析

一、我国MPV行业发展前景分析

二、先进MPV发展前景分析

三、2011年MPV的发展机遇分析

四、金融危机为MPV带来的机遇

第二节 2011年汽车行业发展分析

一、2011年汽车行业发展形势分析

二、2011年汽车行业总体增速预测

三、2011年汽车市场格局变化预测

四、2011年汽车行业复苏时间预测

第三节 2011-2015年中国MPV市场趋势分析

一、2010-2011年MPV市场趋势总结

二、2011-2015年MPV发展趋势分析

三、2011-2015年MPV市场发展空间

四、2011-2015年MPV产业政策趋向

五、2011-2015年MPV技术革新趋势

六、2011-2015年MPV价格走势分析

七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十一章 未来MPV行业发展预测

第一节 2011-2015年国际MPV市场预测

一、2011-2015年全球MPV行业产值预测

二、2011-2015年全球MPV市场需求前景

三、2011-2015年全球MPV市场价格预测

第二节 2011-2015年国内MPV市场预测

一、2011-2015年国内MPV行业产值预测

二、2011-2015年国内MPV市场需求前景

三、2011-2015年国内MPV市场价格预测

四、2011-2015年国内MPV行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 MPV行业投资现状分析

第一节 2010年MPV行业投资情况分析

一、2010年总体投资及结构

二、2010年投资规模情况

三、2010年投资增速情况

四、2010年分行业投资分析

五、2010年分地区投资分析

六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1季度MPV行业投资情况分析

- 一、2011年1季度总体投资及结构
- 二、2011年1季度投资规模情况
- 三、2011年1季度投资增速情况
- 四、2011年1季度分行业投资分析
- 五、2011年1季度分地区投资分析
- 六、2011年1季度外商投资情况

第十三章 MPV行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年MPV行业政策环境
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011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、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015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MPV行业的影响

第十四章 MPV行业投资机会与风险

第一节 MPV行业投资效益分析

- 一、2010-2011年MPV行业投资状况分析
- 二、2011-2015年MPV行业投资效益分析
- 三、2011-2015年MPV行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年MPV行业的投资方向
- 五、2011-2015年MPV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MPV行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响MPV行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响MPV行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响MPV行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国MPV行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国MPV行业发展面临的机遇分析

第三节 MPV行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年MPV行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年MPV行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年MPV行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年MPV行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年MPV同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年MPV行业其他风险及控制策略

第十五章 MPV行业投资战略研究

第一节 MPV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MPV品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、MPV实施品牌战略的意义

三、MPV企业品牌的现状分析

四、我国MPV企业的品牌战略

五、MPV品牌战略管理的策略

第三节 MPV行业投资战略研究

一、2011年汽车行业投资战略

二、2011年MPV行业投资战略

三、2011-2015年MPV行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：2010年1-12月英国乘用车品牌销量统计

图表：2010年1-12月英国乘用车销量Top10

图表：2010年12月英国乘用车销量Top10

图表：2010年1-12月德国乘用车销量分品牌统计

图表：2010年12月德国商用车产销综合统计

图表：2010年12月德国乘用车产销综合统计

图表：2010年12月日本乘用车出口分车型统计

图表：2010年12月日本汽车本土销量综合统计

图表：2010年12月日本乘用车产量综合统计

图表：2010年12月日本汽车产量品牌统计

图表：2010年12月日本新车销量品牌统计

图表：2010年12月日本轻型乘用车销量统计

图表：2010年前11个月美国轿车销量排名

图表：2010年美国十大畅销乘用车型排行

图表：2010年美国汽车市场销量分厂商统计

图表：2010年12月美国汽车市场销量按厂商统计

图表：2010年美国汽车市场销量综合统计

图表：2010年12月美国汽车市场综合统计

图表：美国汽车销售历史数据和至2011最新预测

图表：2010年前11个月俄罗斯进口车分公司统计

图表：2010年前11个月俄罗斯进口车销量统计

图表：2015年前俄罗斯汽车销售市场销售数量预测

图表：2010年前11月韩国进口乘用车销量统计

图表：2010年12月韩国进口车品牌销量统计

图表：2010年12月韩国汽车产量分厂商统计

图表：2010年1-12月越南汽车销量汇总

图表：2010年12月越南汽车销量分厂商统计

图表：2010年12月越南各地区汽车销量综计

图表：2010年澳大利亚汽车市场细分统计

图表：2010年12月澳大利亚汽车市场份额细分统计

图表：2010年澳大利亚汽车市场细分统计

图表：2010年12月澳大利亚汽车市场细分统计

图表：2010年澳大利亚汽车市场份额分类别统计

图表：2010年澳大利亚汽车销量分类别统计

图表：2010年12月澳大利亚汽车市场份额统计

图表：2010年12月澳大利亚汽车销量分类别统计

图表：2010年澳大利亚汽车销量地区统计表

图表：2010年12月澳大利亚汽车地区销量汇总

图表：2010年货车行业占有率前五名

图表：2010年国内主要卡车生产企业

图表：2010年1-12月轿车产量全国合计

图表：2010年1-12月轿车产量北京市合计

图表：2010年1-12月轿车产量河北省合计

图表：2010年1-12月轿车产量山西省合计

图表：2010年1-12月轿车产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月轿车产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月轿车产量江苏省合计

图表：2010年1-12月轿车产量安徽省合计

图表：2010年1-12月轿车产量山东省合计

图表：2010年1-12月轿车产量湖北省合计

图表：2010年1-12月轿车产量湖南省合计

图表：2010年1-12月轿车产量重庆市合计

图表：2010年1-12月轿车产量四川省合计

图表：2010年1-12月轿车产量贵州省合计

图表：2010年1-12月轿车产量陕西省合计

图表：2010年1-12月轿车产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月MPV产量全国合计

图表：2010年1-12月MPV产量北京市合计

图表：2010年1-12月MPV产量天津市合计

图表：2010年1-12月MPV产量河北省合计

图表：2010年1-12月MPV产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月MPV产量吉林省合计

图表：2010年1-12月MPV产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月MPV产量上海市合计

图表：2010年1-12月MPV产量江苏省合计

图表：2010年1-12月MPV产量浙江省合计

图表：2010年1-12月MPV产量安徽省合计

图表：2010年1-12月MPV产量福建省合计

图表：2010年1-12月MPV产量江西省合计

图表：2010年1-12月MPV产量山东省合计

图表：2010年1-12月MPV产量河南省合计

图表：2010年1-12月MPV产量湖北省合计

图表：2010年1-12月MPV产量湖南省合计

图表：2010年1-12月MPV产量广东省合计

图表：2010年1-12月MPV产量广西区合计

图表：2010年1-12月MPV产量重庆市合计

图表：2010年1-12月MPV产量四川省合计

图表：2010年1-12月MPV产量贵州省合计

图表：2010年1-12月MPV产量云南省合计

图表：2010年1-12月MPV产量陕西省合计

图表：2010年1-12月MPV产量新疆区合计

图表：2010年1-12月MPV产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月货运机动车辆进口数据

图表：2010年1季度货运机动车辆进口数据

图表：2010年1月货运机动车辆进口数据

图表：2010年2月货运机动车辆进口数据

图表：2010年3月货运机动车辆进口数据

图表：2010年2季度货运机动车辆进口数据

图表：2010年4月货运机动车辆进口数据

图表：2010年5月货运机动车辆进口数据

图表：2010年6月货运机动车辆进口数据

图表：2010年3季度货运机动车辆进口数据

图表：2010年7月货运机动车辆进口数据

图表：2010年8月货运机动车辆进口数据

图表：2010年9月货运机动车辆进口数据

图表：2010年4季度货运机动车辆进口数据

图表：2010年10月货运机动车辆进口数据

图表：2010年12月货运机动车辆进口数据

图表：2010年12月货运机动车辆进口数据

图表：2010年1-12月货运机动车辆出口数据

图表：2010年1季度货运机动车辆出口数据

图表：2010年1月货运机动车辆出口数据

图表：2010年2月货运机动车辆出口数据

图表：2010年3月货运机动车辆出口数据

图表：2010年2季度货运机动车辆出口数据

图表：2010年4月货运机动车辆出口数据

图表：2010年5月货运机动车辆出口数据

图表：2010年6月货运机动车辆出口数据

图表：2010年3季度货运机动车辆出口数据

图表：2010年7月货运机动车辆出口数据

图表：2010年8月货运机动车辆出口数据

图表：2010年9月货运机动车辆出口数据

图表：2010年4季度货运机动车辆出口数据

图表：2010年10月货运机动车辆出口数据

图表：2010年12月货运机动车辆出口数据

图表：2010年12月货运机动车辆出口数据

图表：2005-2010年居民消费价格指数

图表：2005-2010年原材料燃料动力购进价格指数

图表：2009-2010年生产资料市场价格总水平

图表：2005-2010年钢材出厂价格指数

图表：生产资料价格上涨指数

图表：2005-2010年原油成品油出厂价格指数

图表：2010年1-12月人民币汇率情况

图表：2010年重型载货车销量情况

图表：2005-2010年汽车月度销量实绩及预测

图表：2005-2010年轻卡销量月度走势情况

图表：2006-2010年主要轻卡企业销量对比

图表：2010年主要轻卡企业整车市场份额

图表：2010年1-12月汽车产量全国合计

图表：2010年1-12月汽车产量北京市合计

图表：2010年1-12月汽车产量天津市合计

图表：2010年1-12月汽车产量河北省合计

图表：2010年1-12月汽车产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月汽车产量吉林省合计

图表：2010年1-12月汽车产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月汽车产量上海市合计

图表：2010年1-12月汽车产量江苏省合计

图表：2010年1-12月汽车产量浙江省合计

图表：2010年1-12月汽车产量安徽省合计

图表：2010年1-12月汽车产量福建省合计

图表：2010年1-12月汽车产量江西省合计

图表：2010年1-12月汽车产量山东省合计

图表：2010年1-12月汽车产量河南省合计

图表：2010年1-12月汽车产量湖北省合计

图表：2010年1-12月汽车产量湖南省合计

图表：2010年1-12月汽车产量广东省合计

图表：2010年1-12月汽车产量广西区合计

图表：2010年1-12月汽车产量海南省合计

图表：2010年1-12月汽车产量重庆市合计

图表：2010年1-12月汽车产量四川省合计

图表：2010年1-12月汽车产量贵州省合计

图表：2010年1-12月汽车产量云南省合计

图表：2010年1-12月汽车产量陕西省合计

图表：2010年1-12月汽车产量新疆区合计

图表：2010年1-12月汽车产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月汽车制造业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月汽车制造业国有企业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月汽车制造业集体企业经济指标全国合计

图表：2010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：2010年1-12月汽车制造业股份制企业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月汽车制造业私营企业经济指标全国合计

图表：2010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：2010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：2010年2月汽车制造业收入前十家企业

图表：2010年5月汽车制造业收入前十家企业

图表：2010年8月汽车制造业收入前十家企业

图表：2010年12月汽车制造业收入前十家企业

图表：2010年1-12月钢产量全国合计

图表：2010年1-12月钢产量全国合计

图表：2010年1-12月钢产量北京市合计

图表：2010年1-12月钢产量天津市合计

图表：2010年1-12月钢产量河北省合计

图表：2010年1-12月钢产量山西省合计

图表：2010年1-12月钢产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月钢产量吉林省合计

图表：2010年1-12月钢产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月钢产量上海市合计

图表：2010年1-12月钢产量江苏省合计

图表：2010年1-12月钢产量浙江省合计

图表：2010年1-12月钢产量安徽省合计

图表：2010年1-12月钢产量福建省合计

图表：2010年1-12月钢产量江西省合计

图表：2010年1-12月钢产量山东省合计
图表：2010年1-12月钢产量河南省合计
图表：2010年1-12月钢产量湖北省合计
图表：2010年1-12月钢产量湖南省合计
图表：2010年1-12月钢产量广东省合计
图表：2010年1-12月钢产量广西区合计
图表：2010年1-12月钢产量海南省合计
图表：2010年1-12月钢产量重庆市合计
图表：2010年1-12月钢产量四川省合计
图表：2010年1-12月钢产量贵州省合计
图表：2010年1-12月钢产量云南省合计
图表：2010年1-12月钢产量陕西省合计
图表：2010年1-12月钢产量甘肃省合计
图表：2010年1-12月钢产量新疆区合计
图表：2010年1-12月钢产量内蒙古合计
图表：2010年1-12月钢产量青海省合计

通过《2011-2015年MPV行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/182079.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。