



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国汽车行业发展市场分析 及发展趋势研究报告目录

一、调研说明

《2009年中国汽车行业发展市场分析及发展趋势研究报告目录》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/37105.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

第一章 2008年全球化的中国汽车市场	1
第一节 中国在全球汽车市场的地位国际性比较	1
第二节 进口产品与国产产品的比较分析	2
一、技术能力分析	2
二、价格指数分析	4
第二章 2009中国汽车行业政策环境分析	5
第一节 未来影响汽车行业相关政策分析	5
一、我国主要汽车政策	5
二、361项机械、汽车行业标准废止	7
三、《汽车流通管理办法》的出台	8
四、车贷政策的收紧及其影响	9
第二节 中国汽车行业的技术环境分析	10
一、自主研发是提高竞争力的必由之路	10
二、新产品、新技术	12
三、代用燃料技术	14
第三章 2008年中国汽车行业总体运行情况	18
第一节 2008年汽车行业运行情况	18
一、2008年汽车市场价格走势预测	18
二、2008年企业总体经营情况	20
三、2009年全国汽车产销总量预测	22
第二节 2008年中国汽车产业市场结构分析	23
一、区域分布及产业集中度分析	23
二、产品差别化分析	24
三、2008中国汽车产业结构调整分析	26
第三节 2008年中国汽车行业经济指标分析	28
一、2008年汽车企业产值变化及趋势分析	28
二、2008年汽车企业销存变化及趋势分析	29

三、2008年汽车企业利润变化及趋势分析	30
四、2008年年汽车企业资本负债率变化及趋势分析	30
五、2008年汽车企业评价指标变化及趋势分析	31
六、2008年汽车企业成本费用利用率变化及趋势分析	31
七、2008年汽车企业亏损面变化及趋势分析	32
第四节 2008年中国汽车进出口市场分析	33
一、2008年我国汽车进口市场	33
二、2008年我国汽车出口市场分析	34
三、2008年进口汽车市场预测	36

第四章 中国汽车投资状况 37

第一节 2008年中国汽车行业投资 37

一、投资规模 37

二、投资收益分析 38

第二节 汽车行业投资特性分析 39

一、2008年中国汽车行业盈利性分析 39

二、中国汽车行业进入壁垒分析 40

三、中国汽车行业投资风险分析 41

第三节 2008年中国汽车行业投资状况分析 41

一、投资效益及存在问题分析 41

二、2008年汽车行业投资策略分析 42

第五章 乘用车市场 44

第一节 轿车市场分析及预测 44

一、2008年我国轿车产销状况 44

二、2008年轿车市场结构及销售价格 45

三、2008年乘用车市场表现 46

四、2008年乘用车市场产销 47

五、2008年乘用车企业分析 48

第二节 多用途车和运动用车市场分析及预测 49

一、2008年市场产销状况 49

二、2008年多用途车和运动用车企业分析 50

三、2008年市场结构及需求变化 51

第六章 商用车市场 53

第一节 2008年中国商用车市场分析及预测 53

一、2008年中国商用车市场形势分析 53

二、2008年商用车市场运行分析 55

三、2008年微型汽车市场 56

第二节 2008年客车市场分析及预测 58

一、2008年我国客车市场总体产销状况 58

二、2008年大型客车、中型客车、轻型客车企业生产销售情况 59

三、2008年客车产品分地区销售情况 61

四、2008年客车产品按用途分车型生产销售情况 62

五、2008年客车市场发展趋势及需求预测 64

第三节 载货车市场分析及预测 64

一、2008年我国载货车市场分析 64

二、2008年载货车企业生产销售情况 66

三、2008年轻卡汽车市场分析 68

四、载货车市场发展趋势及需求预测 70

第七章 我国汽车区域市场分析 71

第一节 北京市场 71

一、2008年北京汽车生产、销售状况 71

二、2008年北京市汽车制造业主要经济指标趋势 73

三、区域市场特征分析 75

第二节 上海市场 75

一、2008年上海市汽车生产、销售状况 75

二、2008年上海市汽车制造业主要经济指标趋势 77

三、区域市场特征分析 79

第三节 成都市场 79

一、2008年四川省汽车生产状况 79

二、2008年成都汽车市场现状 81

第四节 深圳市场 81

一、2008年广东省汽车生产状况	81
二、深圳汽车市场分析	83
三、区域市场特征分析	85

第八章 行业内领先企业 86

第一节 中国第一汽车集团公司 86

一、产销情况	86
二、经营状况	87
三、企业战略规划及动态	87
四、2008年营销目标	88

第二节 北京汽车工业集团有限公司 88

一、产销情况	88
二、经营状况	88
三、企业战略规划及动态	89

第三节 昌河飞机工业公司 90

一、产销情况	90
二、经营状况	90
三、企业战略规划及动态	91

第四节 金杯汽车有限公司 92

一、产销情况	92
二、经营状况	92
三、企业战略规划及动态	92

第五节 南京汽车（集团）有限公司 93

一、产销情况	93
二、经营状况	93
三、企业战略规划及动态	93

第六节 江铃汽车（集团）有限公司 94

一、产销情况	94
二、经营状况	94
三、企业战略规划及动态	95

第七节 庆铃汽车（集团）有限公司 96

一、基本情况	96
--------	----

二、经营状况 96

第八节 浙江吉利控股集团有限公司 97

一、基本情况 97

二、经营状况 97

三、企业战略规划及动态 98

第九章 中国汽车销售渠道分析 99

第一节 我国汽车营销现状 99

一、汽车营销的内涵 99

二、我国汽车营销现状 100

三、我国汽车营销模式的创新 101

第二节 中国现有汽车营销模式分析及展望 102

一、特许经营 102

二、汽车交易市场 103

三、“4S”汽车品牌专卖店 105

四、其它营销模式 107

五、汽车营销模式的发展方向 109

第三节 汽车“三包”及汽车“召回”制度 111

一、汽车“三包”是大势所趋 111

二、汽车召回制度的影响 113

第四节 客户关系管理系统在汽车企业中的应用 115

一、汽车企业应用客户关系管理系统现状 115

二、汽车企业运用客户关系管理系统中存在的问题 117

三、对汽车企业实施客户管理系统的构想 119

第五节 国外销售方式借鉴分析 120

一、欧美国家汽车流通销售体制基本特点 120

二、德、法、意三国销售市场特点 121

三、美、日、韩三国汽车销售模式参考 122

第十章 各种资本进入中国汽车行业模式及策略分析 123

第一节 外资企业进军中国汽车市场 123

一、进入模式 123

二、跨国汽车资本在中国投资的心态变化历程 123

三、跨国汽车公司在华战略解析 124

四、跨国公司在华汽车营销模式研究 125

第二节 民营资本进入中国汽车行业 126

一、进入模式 126

二、动态分析 126

第十一章 竞争格局分析 127

第一节 2008年汽车业竞争新格局与特点 127

一、我国年汽车业竞争新格局 127

二、2008年汽车行业价格战分析 129

三、2008年汽车行业并购重组 130

四、2008汽车市场竞争状况分析 132

第二节 我国汽车行业竞争态势分析 133

第十二章 2009中国汽车产业发展的趋势 134

第一节 中国汽车市场发展趋势 134

第二节 2009-2010年中国汽车市场发展预测 135

一、2010年中国汽车工业各项指标预测 135

二、2010年中国汽车市场总需求预计 136

三、2010年中国分车型市场需求预计 136

第三节 汽车行业新兴市场机会 137

一、我国汽车金融现状及发展趋势 137

二、我国汽车服务行业现状及发展趋势 139

三、电动汽车、燃料电池车市场发展机会 141

第十三章 汽车产业发展策略建议 144

第一节 我国汽车产业发展策略分析 144

一、我国汽车企业受到的挑战 144

二、我国汽车企业发展的策略 146

第二节 对汽车企业提高自主研发能力的对策和建议 147

第三节 海外市场发展战略研究 149

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37105.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。