



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国微型车行业市场营销战略市场分析及发展趋势研究报告（2009）

## 一、调研说明

《中国微型车行业市场营销战略市场分析及发展趋势研究报告（2009）》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/37110.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

国产微型车传统意义上是指发动机排量在1.0升左右，车身长度、宽度、高度分别不超过3.8米、1.6米和2米，最大载货量不超过600公斤的汽车。从形式上说，全封闭式的微型车常被称为“微型面包车”或俗称“面的”；而带货斗的微型车，则被称为微型货车、微型卡车。在价格上，由于物美价廉，微型车有其他车型不可比拟的“亲民性”，微型客车约3万-5万元，微型货车为约2-4万元。正是由于这种亲民的价格，实用的功能，特别是燃料消耗少、使用费用低、占地面积小、用途广泛、适应性强、维修方便等特点，虽然受到一些地方政策的限制，受到其它车型的挤压，微型车依然具有旺盛的生命力。而微型车行业也沿着自己的轨迹有序发展。在中国有哪些优秀的微型车企业？哪些企业生产的微型车最能够赢得消费者的青睐？微型车企业通过怎样的营销战略能够取得最好的营销效果？这些都是值得研究的问题。本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，具有一定参考价值。

### 【 目录 】

#### 1. 导言

##### 1.1 本报告研究的动机

##### 1.2 相关研究综述

##### 1.3 数据来源

##### 1.4 相关指标/术语解释

##### 1.5 研究方法

#### 2. 国内外微型车行业发展分析

##### 2.1 国外微型车行业发展分析

###### 2.1.1 相关数据分析

###### 2.1.2 发展现状分析

###### 2.1.3 发展趋势分析

##### 2.2 国内微型车行业发展分析

2.2.1相关数据分析

2.2.2发展现状分析

2.2.3发展趋势分析

### 3.中国微型车行业发展环境分析

#### 3.1宏观环境分析

3.1.1经济环境

3.1.2政治与法律环境

3.1.3社会文化环境

3.1.4技术环境

#### 3.2行业与竞争环境分析

3.2.1市场集中度分析

3.2.2竞争格局分析

#### 3.3市场环境分析

3.3.1消费者市场与消费者行为分析

3.3.2型车市场需求分析

### 4.中国微型车企业内部条件分析

#### 4.1被调研企业现状分析

#### 4.2被调研企业竞争能力的价值链分析

4.2.1波特价值链构成

4.2.2被调研企业基础活动分析

4.2.3被调研企业支持活动分析

4.2.4被调研企业竞争能力分析

### 5.中国微型车行业营销战略的确定

#### 5.1被调研企业SWOT分析

5.1.1优势与劣势分析

5.1.2机会与威胁分析

5.1.3SWOT矩阵分析

#### 5.2被调研企业STP分析

5.2.1微车市场的细分

5.2.2目标市场的选择

5.2.3产品定位

5.3被调研企业营销战略的确定

5.3.1被调研企业的战略

5.3.2企业营销战略

5.3.3企业营销战略的目标

5.4被调研企业营销策略组合

5.4.1产品策略

5.4.2价格策略

5.4.3渠道策略

5.4.4促销策略

6.中国微型车行业营销战略的实施和保障

6.1营销战略的实施

6.1.1强化质量管理

6.1.2重视品牌建设

6.1.3加快产品研发

6.1.4提高供应链管理能力

6.1.5重视服务营销

6.2营销战略的保障

6.2.1改善人力资源管理

6.2.2加强企业文化建设

6.2.3加强客户关系管理

6.2.4加快管理信息化

7.结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37110.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。