



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国轿车市场趋势观察市 场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2009年中国轿车市场趋势观察市场分析与发展趋势研究报告》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/37203.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

行业现状2008年9月，轿车市场结束了连续几个月的低迷走势，有所回升。产销与上月相比，增幅较为显著，产销分别为423082辆和415986辆，环比分别增长27.55%和20.71%。2008年1-9月，轿车产销分别为387.10万辆和378.91万辆，与上年同期相比，分别增长10.81%和10.19%。2008年前三季度轿车销售370余万辆，比去年同期增长10%左右；市场规模达到5143亿元，同比增长8%；市场销售平均价.....

对外贸易2008年1-7月我国小轿车出口数量16.04万辆，出口金额11.55亿美元,比上年同期增长73.67 %。2008年7月份我国小轿车出口数量2.73万辆，出口金额2.02亿美元,比上年同期增长36.36 %。2008年前10个月我国共进口汽车180074辆。进口各车型中，轿车是主要进口车种，进口量为85960辆，占机动小客车进口量的50.11%。在各种排量的进口轿车品种中，1.5-2.5L之间的中低档轿车进口量为34415辆，是轿车进口的主要品种。.....

市场竞争2008年是宏观经济下行的年份，对汽车市场来讲也是重新洗牌的年份。在合作中竞争是当今国内汽车行业的一大特点。经济全球化趋势的加强，市场竞争的日趋激烈，给传统汽车生产方式带来了质的变化。以零部件全球采购、模块化生产为代表的精益生产方式，正成为汽车巨头争相效仿的对象。伴随着汽车技术含量的提高、车型更新周期的缩短，经济规模已成为降低生产成本、决定企业生死的前提。汽车巨头间风起云涌的兼并重组浪潮，就是最大限度整合资源、提高企业竞争力的必然选择。.....

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

第一部分 市场现状 1

第一章 2009年全球化中的中国汽车市场	2
第一节 2009全球化对中国汽车市场影响	2
一、中国汽车市场在全球市场的地位	2
二、全球化对中国汽车市场影响	4
三、全球化对中国汽车行业影响	6
第二节 中国汽车企业参与全球化竞争分析	7
一、中国汽车企业参与全球化竞争现状	7
二、中国汽车企业全球化竞争优劣势分析	8
三、中国汽车企业全球化竞争趋势	8
第三节 外资汽车参与中国市场竞争分析	11
一、外资汽车参与中国市场竞争现状	11
二、外资汽车参与中国市场优劣势分析	11
三、外资汽车参与中国市场竞争趋势分析	13
第四节 中国汽车行业应对全球化发展策略	15
第二章 2009全球化中的轿车国际市场分析	16
第一节 全球轿车市场格局分析	16
一、世界汽车新格局	16
二、全球豪华车第一品牌竞争	18
三、世界10大汽车公司	21
第二节 美国轿车市场	29
一、美国汽车市场分析	29
二、美国轿车市场分析	33
第三节 欧洲轿车市场	35
一、欧洲轿车市场现状	35
二、欧洲乘用车市场分析	36
三、欧洲轿车市场趋势	38
第四节 日本轿车市场	39
一、日本轿车市场现状	39
二、日本轿车市场趋势	41
第五节 其他市场	42
一、印度市场	42

二、韩国市场	42
三、波兰市场	43
第六节 2008年汽车国际贸易分析	43
一、2008年前十位汽车出口国家情况	43
二、2008年前十位汽车进口国家情况	44
第三章 2008-2009中国轿车工业发展现状	45
第一节 中国汽车工业发展	45
一、中国汽车工业现状	45
二、2008年汽车工业走势	46
三、2008年中国汽车行业增长分析	50
四、中国汽车行业盈利能力	51
五、2008年汽车企业分析	52
六、中国汽车工业重点企业(集团)经济效益分析	58
第二节 中国轿车市场发展分析	60
一、中高端轿车市场现状分析	60
二、汽车巨头市场业绩分析	62
三、关于汽车产业发展目标及政策导向的思考	63
四、2.0L排量轿车市场现状分析	65
五、1.3L排量轿车市场现状分析	66
六、经济型轿车市场发展态势	67
第三节 轿车市场与技术发展分析	68
一、小排量车的市场空间分析	68
二、我国中高级轿车核心技术分析	70
第四章 2008-2009年我国轿车市场分析	73
第一节 2008年轿车市场运行分析	73
一、2008年中国轿车市场分析	73
二、主流车企市场变化分析	74
三、2008年轿车市场结构分析	79
四、2008年轿车市场经济指数分析	83
五、自主品牌车发展新趋势	85

第二节 2008年轿车市场生产情况	86
一、2008中国轿车行业生产情况	86
二、2008各地区轿车产量数据分析	88
第三节 2008年轿车市场销售情况	95
一、2008年中国轿车销售情况	95
二、2008年前轿车品牌销售情况	96
三、2008年我国轿车企业销售情况	98
第四节 2008-2009年轿车对外贸易分析	100
一、2008年中国汽车进出口形势分析	100
二、2008年中国轿车进口分析	101
三、2008年中国轿车出口分析	102
四、2008年大排量轿车进口分析	103
第二部分 市场细分	105
第五章 2008-2009年中国乘用车市场	106
第一节 2008-2009乘用车市场分析及预测	106
一、2008年乘用车市场表现	106
二、2008年乘用车市场产销	109
三、2008年乘用车品牌走势	115
四、2008年乘用车企业分析	122
五、2008年乘用车市场价格走势	123
第二节 多用途车和运动用车市场分析及预测	124
一、2008年市场产销状况	124
二、2008年MPV市场分析	127
三、2008年国内SUV逆势增长的原因分析	129
四、2008年多用途车和运动用车企业分析	133
五、2008年市场结构及需求变化	137
第六章 2008-2009各省市场轿车市场分析	139
第一节 北京轿车市场	139
一、生产情况分析	139
二、销售情况分析	140

三、北京汽车市场特征	140
第二节 上海轿车市场	141
一、生产情况分析	141
二、销售情况分析	142
三、上海轿车市场分析	142
第三节 广东轿车市场	143
一、生产情况分析	143
二、销售情况分析	144
三、广东轿车市场分析	144
第四节 成都轿车市场	145
一、生产情况分析	145
二、销售情况分析	145
三、成都轿车市场分析	145
第三部分 市场营销	147
第七章 我国轿车营销分析	148
第一节 中国轿车营销模式分析	148
一、常见的营销模式分析	148
二、营销模式抉择	149
第二节 国内轿车品牌营销策略分析	151
一、我国汽车营销渠道竞争力分析	151
二、中国轿车的品牌命名与营销	154
三、汽车营销价值的探索发展	157
四、中国汽车营销走出价格战“围城”	160
第三节 差异化模式构建轿车营销渠道	163
一、营销渠道模式面临严峻挑战	163
二、渠道模式差异化的构建策略	164
三、顺应产业政策策略	164
四、区域差异策略	165
第四节 轿车市场营销案例分析	166
一、奥迪中国市场营销攻略	166
二、凯迪拉克轿车广告投放策略	178

三、国内中高档轿车广告传播案例	180
四、东风日产注重文化营销	187
五、奇瑞公司营销网络分析	188
第五节 轿车服务营销体系的构建	189
一、轿车服务营销与轿车营销服务的差别	189
二、轿车服务营销的经营理念	189
三、轿车服务营销体系的构建	190
第八章 我国轿车消费市场分析	195
第一节 家用轿车消费市场调查分析	195
一、最新购车趋势调查分析	195
二、国产轿车消费者满意度调查	206
三、经济型轿车市场调查分析	208
四、女性汽车消费现状调查	210
第二节 轿车消费区域市场调查分析	213
一、北京轿车市场调查分析	213
二、七大城市轿车市场调查	218
三、西部轿车市场调查分析	218
第三节 影响我国轿车消费的因素分析	224
一、宏观经济的影响	224
二、汽车产业政策等汽车相关政策的影响	224
三、固定资产投资的影响	224
四、汽车技术的影响	225
五、汽车价格的影响	225
六、收入的影响	225
七、汽车税费的影响	225
八、公车消费的影响	225
九、汽车信贷的影响	225
十、公路交通的影响	226
十一、石油的影响	226
十二、环境污染的影响	226
第四节 我国轿车消费市场特点分析	226



- 一、中高档汽车消费主力 226
- 二、汽车二三级市场竞争 230
- 三、汽车厂品牌忠诚度受考验 231
- 第五节 中国轿车消费群体（行为）变迁 232

#### 第四部分 行业竞争 238

#### 第九章 轿车市场竞争分析 239

##### 第一节 汽车行业竞争格局 239

- 一、我国汽车产业竞争格局分析 239
- 二、我国汽车工业的总体竞争态势 242
- 三、中高级轿车市场竞争分析 246
- 四、紧凑型轿车市场竞争分析 249
- 五、经济型轿车市场竞争分析 250

##### 第二节 轿车市场各级别轿车竞争格局分析 251

- 一、22 -25万元轿车细分市场分析 252
- 二、11 -21万元轿车细分市场分析 252
- 三、10万元及以下轿车细分市场分析 253

##### 第三节 我国本土轿车品牌竞争分析 253

- 一、本土品牌轿车市场份额状况 253
- 二、中外汽车品牌售后满意度现状 254
- 三、民企造轿车新优势分析 258
- 四、轿车自主品牌谋求突破 260

##### 第四节 轿车市场竞争特点分析 261

- 一、汽车竞争的焦点领域 261
- 二、汽车保值率调查分析 263

##### 第五节 轿车品牌竞争力提高策略分析 265

- 一、日本汽车业积累深层竞争力分析 265
- 二、本土汽车品牌企业何以突围 269

#### 第十章 优势企业与主要品牌 272

##### 第一节 一汽—大众汽车有限公司 272

- 一、基本情况 272

二、主营产品	272
三、公司规模	273
四、财务数据	273
第二节 上海大众汽车有限公司	274
一、基本情况	274
二、主营产品	274
三、公司规模	275
四、财务数据	275
第三节 上海通用汽车有限公司	276
一、基本情况	276
二、主营产品	277
三、公司规模	277
四、财务数据	277
第四节 东风汽车有限公司乘用车公司	279
一、基本情况	279
二、主营产品	280
三、公司规模	280
四、财务数据	280
第五节 广州本田汽车有限公司	281
一、基本情况	281
二、主营产品	282
三、公司规模	282
四、财务数据	283
第六节 天津一汽丰田汽车有限公司	284
一、基本情况	284
二、主营产品	286
三、公司规模	286
四、财务数据	286
第七节 比亚迪汽车有限责任公司	287
一、基本情况	287
二、主营产品	288
三、公司规模	289

四、财务数据	289
第八节 北京现代汽车有限公司	290
一、基本情况	290
二、主营产品	291
三、公司规模	291
四、财务数据	292
第九节 奇瑞汽车股份有限公司	293
一、基本情况	293
二、主营产品	295
三、公司规模	295
四、财务数据	295
第十节 浙江吉利控股集团有限公司	296
一、基本情况	296
二、主营业务	297
三、公司规模	297
四、财务数据	297
第五部分 行业投资	300
第十一章 2008-2009轿车行业投资价值分析	301
第一节 我国汽车业投资分析	301
一、中国汽车市场投资分析	301
二、汽车租赁业市场潜力分析	308
第二节 国外汽车市场投资机会	309
一、叙利亚汽车市场投资分析	309
二、非洲汽车市场潜力分析	313
第十二章 轿车行业投资环境	317
第一节 轿车行业政策环境	317
一、新的《汽车产业发展政策》影响分析	317
二、我国主要汽车政策	320
三、《汽车流通管理办法》的出台	323
四、车贷政策的收紧及其影响	323

第二节 轿车行业技术环境	324
一、自主研发是提高竞争力的必由之路	324
二、新产品、新技术	326
三、代用燃料技术	329
第三节 轿车行业经济环境	335
一、农业生产形势	335
二、工业生产增长	336
三、固定资产投资	338
四、国内市场销售	338
五、居民消费价格	339
六、对外贸易	340

## 第六部分 发展趋势 344

### 第十三章 2008年国内外轿车品牌发展比较 345

#### 第一节 跨国轿车企业发展分析 345

- 一、本田中国发展战略 345
- 二、三大日资轿车企业中国市场表现 347
- 三、美系跨国汽车企业在华路线图 348
- 四、美国通用中国市场表现 350
- 五、福特等跨国汽车公司在华业绩 351
- 六、跨国车企的多品牌发展战略 352

#### 第二节 自主轿车品牌发展分析 354

- 一、中国汽车自主品牌发展状况 354
- 二、2008年奇瑞战略分析 355

#### 第三节 汽车企业发展管理分析 357

- 一、跨国汽车公司供应链管理比较 357
- 二、豪华汽车品牌管理缺陷 358

### 第十四章 我国轿车发展策略的分析 363

#### 第一节 国外汽车工业发展启示 363

- 一、日本新能源汽车发展的启示 363
- 二、日韩汽车工业自主创新的启示 364

三、国外电动汽车的发展战略	367
第二节 我国汽车产业自主创新SWOT分析	376
一、我国汽车产业进行自主创新的优势	376
二、我国汽车产业进行自主创新的劣势	378
三、我国汽车产业进行自主创新的机遇	380
四、我国汽车产业进行自主创新面临的挑战	382
第三节 我国汽车工业发展对策研究	383
一、我国轿车工业自主品牌发展机会分析	384
二、提高我国汽车工业发展竞争力的对策研究	386
三、中国汽车企业新发展途径	389

## 第十五章 2009-2010年轿车市场发展趋势及预测 393

### 第一节 轿车行业发展趋势 393

一、汽车市场发展趋势 393

二、两厢轿车市场的发展趋势 395

### 第二节 2009-2010年轿车市场发展预测 396

一、2010年中国汽车工业各项指标预测 396

二、2010年中国汽车市场需求预计 397

## 图表目录

图1 2007年日本市场汽车产量情况	40
图2 2008年1-9月中国汽车月度总体走势特征	50
图3 2008年1-9月主要汽车集团产量同比增长分析	52
图4 2008年1-9月主要汽车集团销量和增长对比	53
图5 2008年1-9月汽车企业产销增速对比	54
图6 2008年1-9月商用车企业产销分类走势	55
图7 2008年1-9月跨国集团商用车产销分类走势	56
图8 2008年1-9月跨国集团中国乘用车市场历年表现	57
图9 2008年上半年小排量乘用车销量	69
图10 2008年轿车月度销售情况汇总(辆)	73
图11 2008年1-8月轿车市场分价位车型同比增长率	81
图12 2008年1-8月轿车市场分级别车型同比增长率	82

- 图13 2008年1-8月轿车市场分价位车型同比增长率 82
- 图14 2008年1-8月轿车市场分级别车型同比增长率 83
- 图15 2008年9月份轿车分车系市场份额 83
- 图16 2008年1-9月轿车产品销量排行 95
- 图17 2008年9月轿车销售量前十位品牌 97
- 图18 2008年1-9月轿车销量前十位品牌 97
- 图19 2008年1-6月我国轿车销量按排量档次统计 103
- 图20 2005—2008年乘用车(轿车/MPV/SUV)月销量走势 107
- 图21 2008年10月狭义乘用车生产商销量排行榜 107
- 图22 2008年10月狭义乘用车生产商销量排行榜 108
- 图23 2008年10月广义乘用车生产商销量排行 108
- 图24 2008年10月广义乘用车生产商销量排行 109
- 图25 2008年9月轿车销量前十位品牌 112
- 图26 2008年1-9月轿车销量前十位品牌 112
- 图27 2008年1-9月分国别国产轿车销售情况 113
- 图28 2008年1-9月基本乘用车主要企业市场占有率情况 113
- 图29 2008年1-9月运动型多用途乘用车(SUV)主要品牌销量排名 114
- 图30 2008年1-9月多功能乘用车(MPV)销量主要品牌销量排名 114
- 图31 2008年1-9月基本乘用车前十家生产企业销量排名 115
- 图32 2008年1-8月乘用车主力品牌市场表现 115
- 图33 2008年1-8月乘用车主力品牌市场表现 116
- 图34 2008年1-8月中高级车主力品牌走势 117
- 图35 2008年1-8月高级车主力品牌走势 118
- 图36 2008年1-8月MPV市场主力品牌走势 119
- 图37 2008年1-8月SUV市场主力品牌走势 120
- 图38 2008年1-9月乘用车市场各品牌占有率 121
- 图39 2008年1-9月乘用车厂家市场份额变化 122
- 图40 2008年1-5月国内SUV销量对比 129
- 图41 2008年1-5月国内SUV销量走势 130
- 图42 2008年1-5月国内SUV月度同比增长走势 130
- 图43 2008年1-5月国内SUV进口量走势 131
- 图44 2008年1-5月国产SUV整体市场销量走势 132

图45	2008年1-5月国产SUV分档次销量走势	132
图46	2008年1-5月国产SUV分档次同比增长情况	133
图47	2008年9月SUV企业销量排行	135
图48	2008年1-9月SUV企业销量排行	136
图49	2008年1-9月MPV企业销量排行	136
图50	2007年上海市各车型上牌量统计数据	142
图51	2008年成都车市轿车的上牌量	146
图52	奥迪的品牌内涵	167
图53	奥迪的体验营销流程	167
图54	我国个人收入比例饼状图分析	195
图55	轿车各车系受关注程度	196
图56	未来购车两厢、三厢对比	198
图57	公众认为保值率高的车系	201
图58	未来倾向选择的器材品牌	202
图59	消费者对2007年汽车市场价格走势的看法	204
图60	消费者最希望看到的新车档次	213
图61	消费者最希望看到的新车类型	214
图62	消费者最想了解关于新车的信息	214
图63	消费者购买新车的意向	215
图64	消费者对轿车档次的选择	215
图65	消费者对轿车功能的选择	216
图66	消费者是否希望看到更多全球首发车型	216
图67	消费者是否认同国内市场对原来产品进行改造并只在中国市场销售的做法	217
图68	消费者对车展亮相的新车数量是否满意	217
图69	轿车市场份额变化	219
图70	轿车各细分市场市场份额变化	220
图71	主要消费群体年龄结构分析	221
图72	性别与车型偏好百分比分析	221
图73	各集团乘用车上牌量及同比增长	222
图74	各派系轿车市场份额	223
图75	前十名轿车自主品牌厂家上牌量及同比增长	223
图76	桑塔纳用户构成	233

图77 城市潜在轿车消费群体构成	234
图78 潜在购车者的购车原因	235
图79 潜在购车者喜爱的车型	236
图80 五城市居民出行私家车所占比率	237
图81 2008年1-8月轿车市场分价位车型同比增长率	252
图82 2008年1-9月自主品牌轿车市场占有率变化	254
图83 2007中国汽车售后服务满意度调研排名	255
图84 欧、美、日、韩及中系车历年销售量	349
图85 欧、美、日、韩及中系车历年乘用车市场份额	350
图86 2008年2月奇瑞轿车市场表现	355
图87 2009-2010年我国汽车市场需求预测	397
表1 2007年丰田在亚洲的营业利润统计	2
表2 2007年大众集团在华销量统计	3
表3 2008年1-6月美国汽车市场销量统计	30
表4 2008年1-6月美国汽车市场轿车销量排名	31
表5 2008年1-7月美国汽车市场销量(辆)	31
表6 2008年1-10月美国汽车市场销量分厂商统计	34
表7 2008年1-10月美国轻型车市场总体销量总计	34
表8 2008年1-10月美国畅销轿车排行榜	35
表9 2008年5月欧洲各国轿车销量同比增长分析	36
表10 2008年1-9月欧洲地区乘用车新车注册量统计	36
表11 2008年1-7月欧洲乘用车销量统计(分国家)	37
表12 2007年日本国内共销售新车统计	39
表13 2007年日本国内共销售轿车(普通轿车和小型轿车)统计	39
表14 2008年3月份日本国内共销售新车(不含微型车)统计	40
表15 2007年日本国内共销售微型汽车统计	40
表16 2008年3月份日本国内共销售微型汽车统计	40
表17 2008年1-9月出口金额排名前五位的国家	43
表18 2008年1-9月进口金额排名前十位的国家	44
表19 2008年1-9月我国汽车产销量统计	45
表20 2008年1-9月我国轿车产销量及同比增长情况	73
表21 2008年9月轿车企业销量排行 (单位:辆,%)	74



表22	2008年9月一汽-大众轿车主力车型销量情况	75
表23	2008年9月上海大众轿车主力车型销量情况	75
表24	2008年9月上海通用轿车主力车型销量情况	76
表25	2008年9月东风日产轿车主力车型销量情况	76
表26	2008年9月广州本田轿车主力车型销量情况	76
表27	2008年9月天津一汽丰田轿车主力车型销量情况	77
表28	2008年9月比亚迪汽车主力车型销量情况	77
表29	2008年9月北京现代主力车型销量情况	78
表30	2008年9月奇瑞汽车主力车型销量情况	78
表31	2008年9月吉利汽车力车型销量情况	79
表32	2008年9月轿车月度销售(分排量)汇总	79
表33	2008年1-9月中国1.0L及其以下微轿销量前九位车型排名	80
表34	2008年1-9月中国2.5L以上高级轿车销量前十位车型排名	80
表35	2008年1-9月中国1.6-2.5L中级轿车销量前十位车型排名	80
表36	2008年1-9月中国1.0-1.6L普通级轿车销量前十位车型排名	81
表37	2008年1-9月中国不同排量档次轿车销量统计	81
表38	2007年1-12月轿车产量全国合计	86
表39	2008年1-9月轿车产量全国合计	87
表40	2008年1-9月轿车产量天津市合计	88
表41	2008年1-9月轿车产量吉林省合计	88
表42	2008年1-9月轿车产量黑龙江合计	89
表43	2008年1-9月轿车产量辽宁省合计	89
表44	2008年1-9月轿车产量江苏省合计	89
表45	2008年1-9月轿车产量浙江省合计	90
表46	2008年1-9月轿车产量安徽省合计	90
表47	2008年1-9月轿车产量福建省合计	90
表48	2008年1-9月轿车产量江西省合计	91
表49	2008年1-9月轿车产量山东省合计	91
表50	2008年1-9月轿车产量湖北省合计	92
表51	2008年1-9月轿车产量湖南省合计	92
表52	2008年1-9月轿车产量广西区合计	92
表53	2008年1-9月轿车产量海南省合计	93

表54	2008年1-9月轿车产量重庆市合计	93
表55	2008年1-9月轿车产量四川省合计	93
表56	2008年1-9月轿车产量云南省合计	94
表57	2008年1-9月轿车产量陕西省合计	94
表58	2008年1-9月轿车产量甘肃省合计	95
表59	2008年9月份外资品牌轿车销售情况	96
表60	2008年1-10月排名前十位的轿车品牌	98
表61	2008年1-9月我国轿车销量前十位车企	98
表62	2008年9月份轿车企业销售排行榜（前十名）	99
表63	2008年1-10月轿车生产企业销售排名	100
表64	2008年1-6月中国轿车进口数量统计	101
表65	2008年1-6月中国轿车进口数量（按排量档次）统计	101
表66	2008年1-10月中国小轿车进口统计	102
表67	2008年1-6月我国轿车出口数量（按排量档次）	102
表68	2008年1-7月中国小轿车出口（按排量）统计	102
表69	2008年1-6月我国轿车销量按排量档次统计	102
表70	2008年1-10排名前十位的轿车品牌	106
表71	2008年10月份国内乘用车销量分析	109
表72	2008年1-10月中国乘用车生产情况	109
表73	2008年1-10月中国乘用车销售情况	110
表74	2008年1-9月中国乘用车销量前十名企业排名	122
表75	2008年1-9月中国交叉乘用车（微客）销量前十位车企排名	122
表76	2008年1-7月中国MPV销量前十位车型	124
表77	2008年1-9月中国MPV产量前十位车型排名	126
表78	2008年1-9月中国SUV产量前十位车型	126
表79	2008年1-9月中国SUV销量前十位车型	126
表80	2008年1-9月中国MPV销量前十位车型排名	127
表81	2008年1-10月份SUV销量排名	127
表82	2008年7月我国MPV品牌销量排名情况	129
表83	2008年9月份两驱运动型多用途车生产企业产量排行前十名	133
表84	2008年9月份两驱运动型多用途车生产企业销量排行前十名	133
表85	2008年9月份四驱运动型多用途车生产企业产量排行前十名	134

表86	2008年9月份四驱运动型多用途车生产企业销量排行前十名	134
表87	2008年9月份MPV生产企业销量排行前十名	135
表88	2008年9月份MPV生产企业产量排行前十名	135
表89	2007年1-12月轿车产量北京市合计	139
表90	2008年1-9月轿车产量北京市合计	139
表91	2008年1-8月北京汽车行业累计产品销售收入统计	140
表92	2007年1-12月轿车产量上海市合计	141
表93	2008年1-9月轿车产量上海市合计	142
表94	2008年1-8月上海汽车行业累计产品销售收入统计	142
表95	2007年1-12月轿车产量广东省合计	143
表96	2008年1-9月轿车产量广东省合计	144
表97	2008年1-8月广东汽车行业累计产品销售收入统计	144
表98	2008年1-9月轿车产量四川省合计	145
表99	2008年1-8月四川汽车行业累计产品销售收入统计	145
表100	愿意购买德系车、英系车、自主品牌轿车、和合资车的比率统计	197
表101	消费者对未来购置汽车的价位受关注程度	199
表102	消费者对未来购置汽车的排量情况	199
表103	2007年一汽—大众汽车有限公司从业人员合计	273
表104	2007年一汽—大众汽车有限公司主营业务收入	273
表105	2007年一汽—大众汽车有限公司主营业务税金	273
表106	2007年一汽—大众汽车有限公司工业销售收入	273
表107	2007年一汽—大众汽车有限公司产销存	273
表108	2007年一汽—大众汽车有限公司资产负债	274
表109	2007年一汽—大众汽车有限公司经营费用	274
表110	2007年一汽—大众汽车有限公司利润总额	274
表111	2007上海大众汽车有限公司从业人员合计	275
表112	2007年上海大众汽车有限公司主营业务收入	275
表113	2007年上海大众汽车有限公司主营业务税金	275
表114	2007年上海大众汽车有限公司工业销售收入	275
表115	2007年上海大众汽车有限公司产销存	275
表116	2007年上海大众汽车有限公司资产负债	276
表117	2007年上海大众汽车有限公司经营费用	276

表118	2007年上海大众汽车有限公司利润总额	276
表119	2007上海通用汽车有限公司从业人员合计	277
表120	2007年上海通用汽车有限公司主营业务收入	278
表121	2007年上海通用汽车有限公司主营业务税金	278
表122	2007年上海通用汽车有限公司工业销售收入	278
表123	2007年上海通用汽车有限公司产销存	278
表124	2007年上海通用汽车有限公司资产负债	278
表125	2007年上海通用汽车有限公司经营费用	278
表126	2007年上海通用汽车有限公司利润总额	279
表127	2007年东风汽车有限公司乘用车公司从业人员合计	280
表128	2007年东风汽车有限公司乘用车公司主营业务收入	280
表129	2007年东风汽车有限公司乘用车公司主营业务税金	280
表130	2007年东风汽车有限公司乘用车公司工业销售收入	281
表131	2007年东风汽车有限公司乘用车公司产销存	281
表132	2007年东风汽车有限公司乘用车公司资产负债	281
表133	2007年东风汽车有限公司乘用车公司经营费用	281
表134	2007年东风汽车有限公司乘用车公司利润总额	281
表135	2007年广州本田汽车有限公司从业人员合计	283
表136	2007年广州本田汽车有限公司主营业务收入	283
表137	2007年广州本田汽车有限公司主营业务税金	283
表138	2007年广州本田汽车有限公司工业销售收入	283
表139	2007年广州本田汽车有限公司产销存	283
表140	2007年广州本田汽车有限公司资产负债	283
表141	2007年广州本田汽车有限公司经营费用	284
表142	2007年广州本田汽车有限公司利润总额	284
表143	2007年天津一汽丰田汽车有限公司从业人员合计	286
表144	2007年天津一汽丰田汽车有限公司主营业务收入	286
表145	2007年天津一汽丰田汽车有限公司主营业务税金	286
表146	2007年天津一汽丰田汽车有限公司工业销售收入	286
表147	2007年天津一汽丰田汽车有限公司产销存	286
表148	2007年天津一汽丰田汽车有限公司资产负债	287
表149	2007年天津一汽丰田汽车有限公司经营费用	287

表150	2007年天津一汽丰田汽车有限公司利润总额	287
表151	2007年比亚迪汽车有限责任公司从业人员合计	289
表152	2007年比亚迪汽车有限责任公司主营业务收入	289
表153	2007年比亚迪汽车有限责任公司主营业务税金	289
表154	2007年比亚迪汽车有限责任公司工业销售收入	289
表155	2007年比亚迪汽车有限责任公司产销存	289
表156	2007年比亚迪汽车有限责任公司资产负债	290
表157	2007年比亚迪汽车有限责任公司经营费用	290
表158	2007年比亚迪汽车有限责任公司利润总额	290
表159	2007年北京现代汽车有限公司从业人员合计	292
表160	2007年北京现代汽车有限公司主营业务收入	292
表161	2007年北京现代汽车有限公司主营业务税金	292
表162	2007年北京现代汽车有限公司工业销售收入	292
表163	2007年北京现代汽车有限公司产销存	292
表164	2007年北京现代汽车有限公司资产负债	292
表165	2007年北京现代汽车有限公司经营费用	293
表166	2007年北京现代汽车有限公司利润总额	293
表167	2007年奇瑞汽车股份有限公司从业人员合计	295
表168	2007年奇瑞汽车股份有限公司主营业务收入	295
表169	2007年奇瑞汽车股份有限公司主营业务税金	295
表170	2007年奇瑞汽车股份有限公司工业销售收入	295
表171	2007年奇瑞汽车股份有限公司产销存	295
表172	2007年奇瑞汽车股份有限公司资产负债	296
表173	2007年奇瑞汽车股份有限公司经营费用	296
表174	2007年奇瑞汽车股份有限公司利润总额	296
表175	2007年浙江吉利控股集团有限公司从业人员合计	297
表176	2007年浙江吉利控股集团有限公司主营业务收入	297
表177	2007年浙江吉利控股集团有限公司主营业务税金	297
表178	2007年浙江吉利控股集团有限公司工业销售收入	297
表179	2007年浙江吉利控股集团有限公司产销存	298
表180	2007年浙江吉利控股集团有限公司资产负债	298
表181	2007年浙江吉利控股集团有限公司经营费用	298

表182	2007年浙江吉利控股集团有限公司利润总额	298
表183	2008年前三季度国内生产总值及增长	335
表184	2008年前三季度第一产业、第二产业、第三产业增加值	335
表185	2008年前三季度国内夏粮产量及增长	336
表186	2008年前三季度国内早稻产量及增长	336
表187	2008年前三季度国内不同所有制企业增加值增长	336
表188	2008年前三季度国内轻重工业增加值增长	337
表189	2008年前三季度国内分地区增加值增长	337
表190	2008年1-8月全国规模以上工业企业实现利润及增长	337
表191	2008年前三季度全社会固定资产投资及增长	338
表192	2008年前三季度城镇固定资产投资及增长	338
表193	2008年前三季度农村固定资产投资及增长	338
表194	2008年前三季度社会消费品零售总额及增长	339
表195	2008年前三季度分地区社会消费品零售总额及增长	339
表196	2008年前三季度分行业社会消费品零售总额及增长	339
表197	2008年前三季度居民消费价格上涨	340
表198	2008年前三季度分类别居民消费价格上涨	340
表199	2008年前三季度进出口总额及增长	341
表200	2008年前三季度出口总额及增长	341
表201	2008年前三季度进口总额及增长	341
表202	2008年前三季度实际使用外资金额及增长	341
表203	2008年前三季度城镇居民人均可支配收入及增长	341
表204	2008年前三季度农村居民人均现金收入及增长	342
表205	2008年9月末货币信贷增速回落及增长	342
表206	2008年9月末金融机构各项贷、存款余额及增长	342
表207	2007年本田在华市场表现	347
表208	2008年8月本田、铃木、丰田、日产在华市场表现	347

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37203.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。