



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年上半年一汽丰田竞争对手 市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年上半年一汽丰田竞争对手市场分析及发展趋势研究报告》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/37307.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](mailto: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

本报告依据国家统计局、中国海关、中国汽车工业协会、国家信息中心、国务院发展研究中心、国民经济景气监测中心等提供的大量资料，对明确一汽丰田的主要竞争对手、竞争对手的市场竞争力、竞争对手的产品竞争力、竞争对手的品牌竞争力、竞争对手的营销竞争力等进行了详细分析。是一汽丰田企业及相关投资机构全面把握企业发展趋势、准确了解企业市场运行状况，正确制定企业竞争战略和投资策略的重要参考资料。

一汽丰田旗下有威驰、卡罗拉、花冠、普锐斯、锐志、皇冠等产品，通过对其竞争产品分析，可以确定一汽丰田在市场上的主要竞争对手有广州本田、东风日产、长安马自达、东风本田、北京现代、一汽大众、上海通用、上海大众、上海大众斯柯达、华晨宝马等十家企业。推荐重点关注广州本田、东风日产、长安马自达。

在市场占有率方面，上海通用、一汽大众、上海大众等欧美合资车企在国内轿车市场的占有率均在9%左右，这属于合资企业的第一梯队。在第二梯队的长安福特马自达、广州丰田、一汽丰田所占的市场份额较低，在3%至6%之间。但由于决定未来谁将成为“常胜将军”的最重要因素，是能力意愿，所以暂时的市场占有率的落后并不能令上海通用、上海大众、一汽大众这些目前领先的企业松一口气。市场增长空间最大当推长安福特马自达。福特和马自达在中国生产的汽车，仅占据5%左右的市场份额。但在全球市场上，福特、马自达共占据约11%的市场份额，如果考虑到中国汽车市场年均20%的增长速度，则长安福特马自达还有一倍的增长空间。

在产品的市场定位方面，一汽丰田小型车威驰的主要竞争对手是本田思迪、马自达2劲翔和polo劲取。其中，思迪是定位在30~35岁年龄层，事业处于上升发展期，处于社会的“中坚”阶层，是推动社会发展的中坚力量；他们富于挑战、乐于接受新生事物。POLO三厢车型“劲取”侧重理性消费的私人市场，客户锁定那些相对理性、事业处在上升阶段、追求气度品位和家庭感的人群。长安马自达2三厢劲翔在被加长和加厢了之后，其市场定位也更趋同于“追求稳重”的国内消费群体。它与新威驰、思迪、劲取三款竞品最大的差别，在潜在消费群体方面更年轻、更时尚，这决定了马自达2劲翔的外观和主要配置都向时尚、运动的方向倾斜，这是劲翔的最大差异化优势。

## 【 目录 】

### 第一章 一汽丰田竞争对手定位

### 第二章 一汽丰田市场竞争力对比分析

#### 第一节 总体市场占有率对比

##### 一、国内市场占有率

##### 二、国际市场占有率

#### 第二节 细分市场市场占有率对比

### 第三章 一汽丰田产品竞争力对比分析

#### 第一节 产品性能对比

##### 一、小型车产品

###### 1. 新威驰VS劲取VS思迪VS乐风

###### 2. 威驰VS马自达2劲翔VS思迪

##### 二、紧凑型车产品

###### 1. 花冠EX VS伊兰特VS新凯越

##### 三、中型车产品

###### 1. 锐志运动版VS马6轿跑

##### 四、中大型车产品

###### 1. 皇冠VS奥迪A6 VS北京奔驰

###### 2. 皇冠 VS奥迪A6 VS 君越

#### 第二节 产品竞争力评价

##### 一、小型车产品

###### 1. 小型车产品竞争力评价

###### 2. 小型车竞争力对比

##### 二、紧凑型车产品

###### 1. 紧凑型车产品竞争力评价

###### 2. 紧凑型车竞争力对比

##### 三、中型车产品

###### 1. 中型车产品竞争力评价

## 2 中型车竞争力对比

### 四、中大型车产品

#### 第三节 产品策略对比

##### 一、市场定位

1. 小型车竞争对手市场定位
2. 紧凑型车竞争对手市场定位
3. 中型车竞争对手市场定位
4. 中大型车竞争对手市场定位

##### 二、定价策略

1. 广州本田新雅阁的定价策略
2. 东风日产新天籁的定价策略
3. 上海通用新凯越的定价策略

##### 三、新品动向

1. 广州本田小型车思迪改款
2. 上海大众中级车帕萨特领驭升级
3. 华晨宝马宝马3系改款
4. 广州本田改款思迪
5. 广州本田推雅阁新版
6. 东风日产新一代“奇骏”将上市

## 第四章 一汽丰田品牌竞争力对比分析

### 第一节 品牌历史优势对比

#### 第二节 品牌的建设

- 一、Mazda抓住机遇建设品牌
- 二、锐志与奥迪品牌传播的成败分析

## 第五章 一汽丰田营销竞争力对比分析

### 第一节 产品营销

#### 一、广州本田

1. “双品牌”战略
2. 雅阁8上市的营销战略
3. 广州本田新飞度的“跃级上攻”营销战略

## 二、东风日产

### 1. 产品布局精密

### 2. 东风日产的“跨界营销”

## 三、长安马自达

### 第二节 品牌营销

#### 一、广州本田以绿色创品牌

#### 二、奔驰-克莱斯勒与张艺谋共创和谐基金

### 第三节 渠道建设

#### 一、销售渠道的延伸

#### 二、服务渠道的建设

##### 1. 广本新雅阁用服务为品牌加分

##### 2. 小型车售后服务对比

### 第四节 促销活动

#### 一、上半年促销活动的分析

##### 1. 具有季节性的促销活动

##### 2. 事件引发的促销活动

#### 二、近期促销

##### 1. 新凯越

##### 2. 凯越HRV

##### 3. 花冠EX

##### 4. 伊兰特

## 第六章 一汽丰田企业竞争力对比分析

### 第一节 企业自身优势

#### 一、生产地域优势对比

#### 二、其它优势对比

##### 1. 上海通用、上海大众、长安福特马自达研发能力突出

##### 2. 日系合资企业生产能力占优

##### 3. 上海大众、上海通用售后服务、品牌营销能力实力居前

### 第二节 企业综合实力对比

#### 一、整体竞争力差距进一步缩小

#### 二、长安福特彰显潜力

### 三、本土品牌尚未构成威胁

#### 第三节 汽车金融市场服务对比

##### 一、广州本田、一汽-大众、长安福特和上海通用的汽车消费金融产品

##### 二、一汽丰田的汽车消费金融产品

## 第七章 一汽丰田竞争对手动态

### 第一节 企业战略作用对比

#### 一、本田产品战略的影响

#### 二、东风汽车有限公司的2008-2012中期事业计划

#### 三、长安福特马自达的战略

### 第二节 年终目标影响企业下半年计划

#### 一、上半年销量目标完成量差强人意

#### 二、下半年销售巨量库存成企业问题

## 表格目录

### 表格 1 一汽丰田产品列表

### 表格 2 一汽丰田主要竞争对手列表

### 表格 3 2008年上半年微型车销量

### 表格 4 2008年上半年紧凑型车销量

### 表格 5 2008年上半年中型车销量排名

### 表格 6 2008年上半年中大型车销量

### 表格 7 四款小型车车型尺寸对比

### 表格 8 四款小型车后备箱容积对比

### 表格 9 四款低配车型动力参数对比

### 表格 10 四款高配车型动力参数对比

### 表格 11 四款低配车型安全装备对比

### 表格 12 四款高配车型安全装备对比

### 表格 13 四款低配小型车车轮制动对比

### 表格 14 四款低配小型车舒适性对比

### 表格 15 四款高配小型车舒适性对比

### 表格 16 三款小型车外形尺寸对比

### 表格 17 三款小型车动力参数对比

表格18 威驰竞争力评价表  
表格19 马自达2竞争力评价表  
表格20 POLO竞争力评价表  
表格 21 小型车综合竞争力排名  
表格22 卡罗拉竞争力评价表  
表格23 思域竞争力评价表  
表格24 斯柯达明锐竞争力评价表  
表格 25 紧凑型车综合竞争力排名  
表格26 凯美瑞竞争力评价表  
表格27 雅阁竞争力评价表  
表格 28 中型车综合竞争力排名  
表格29 奥迪A6竞争力评价表  
表格 30 2007国际商标排行  
表格28 四大城市经销商数目  
表格29 轿车的服务竞争  
表格30 服务功能对比列表

## 图表目录

图表 1 四企业业务构成

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37307.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。