



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国乘用车市场年度市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2007-2008年中国乘用车市场年度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/37313.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、中国海关总署、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机构的权威资料，对我国乘用车市场的发展环境、行业、市场、企业、产品及品牌、等方面进行了深入的分析，并提出相应的实操性结论和业务指导。是企业及相关投资机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行状况，正确制定企业竞争战略和投资策略的重要参考资料。

2007年，国内轿车总销量超过444.86万辆，增长两成以上，销量10强分别为桑塔纳、捷达、凯越、凯美瑞、COROLLA、奇瑞QQ、夏利、福克斯、TIIDA和伊兰特，上述十个品牌共销售151.10万辆，占轿车销售总量的32%。第10名伊兰特销量为12.03万辆，也就是平均每月的销量要在1万辆以上才能获得10强的门票，其中前3名桑塔纳、捷达、凯越的年销量在20万辆左右，这10款车型基本上为各自公司的核心车型，几乎占到整个公司销量的一半。在这10大车型中，除了凯美瑞、奇瑞QQ和夏利之外，其余基本为中级车，显示了中级车在国内的巨大号召力。10强中只有奇瑞QQ和夏利两款为自主品牌，并且排名也比2006有所下降，自主品牌形势不容乐观。另外，雅阁、帕萨特领驭、中华三者的销量也在10万辆以上，在各自细分市场拥有巨大影响力。

被寄予厚望的MPV并没有突出之处，全年的总销量仅为21.66万辆，比2006年17.61万辆仅增长23%，稍快于乘用车的整体增幅。其中广州本田的奥德赛以4.58万辆的成绩超过了老对手GL8和瑞风，成为MPV市场新老大，而GL8和瑞风年销量也在4万辆以上，这三者的销量牢牢地占据MPV第一集团军的位置，超过总体销量的六成。2007年总销量超过1万辆的MPV车型还有风行、骏逸、华晨阁瑞斯和途安，而途安、毕加索、奇瑞V5和S-MAX的年累计销量均在1万辆以下。

报告的推出希望可以帮助企业更好的把握市场和竞争方向，同时正确的制定企业竞争战略。

【 目录 】

## 一、中国乘用车发展环境

- 1、宏观经济快速增长
- 2、国内汽车保有量处于很低水平
- 3、成品油价格上涨提高汽车使用成本
- 4、《汽车品牌销售管理办法》面临调整

## 二、2007年全球汽车销售市场发展概况

### （一）市场现状与特点

- 1、发达国家市场总体稳定
- 2、新兴国家市场规模爆炸式增长

### （二）主要国家和地区发展概况

- 1、美国：销量保持第一，但仍未摆脱衰退期
- 2、欧盟：总体销量稳定，政策因素对德国限制明显
- 3、日本：国内市场继续萎缩，出口市场继续扩大
- 4、新兴市场：增长速度迅猛

## 三、2007年中国乘用车市场发展概况

### （一）发展特点

- 1、小排量车市场表现低迷
- 2、经济型车车型偏少，缺乏重量级车
- 3、自主品牌轿车市场份额下降
- 4、两厢车市场份额急剧上升
- 5、Cross概念车型开始兴起

### （二）细分市场

- 1、轿车销量稳步增长
- 2、SUV市场销售极为火爆
- 3、MPV市场榜首易帜
- 4、微客市场增速最慢
- 5、进口市场：高端化、个性消费需求
- 6、出口市场：出口单价提升，形势好转

## 四、2007年中国乘用车市场数据分析

- 1、产销规模
- 2、细分市场
- 3、市场结构
- 4、月度、季度市场

## 五、2007年中国乘用车市场竞争分析

### （一）产品竞争格局

- 1、轿车产品：自主品牌明显下降
- 2、MPV产品：前两名奥德赛与GL8互换位置
- 3、SUV产品：哈弗仍是冠军，CR-V来势凶猛

### （二）企业竞争格局

- 1、乘用车企业：通用系在与大众系的竞争中再次胜出
- 2、轿车企业：南北大众占据前两位
- 3、MPV企业：广州本田打赢翻身仗
- 4、SUV企业：长城仍然是赢家
- 5、微客企业：上汽通用五菱逆市大增

### （三）渠道竞争格局

- 1、品牌销售模式分化：分网与并网
- 2、4S店仍是主流销售模式
- 3、汽车卖场在区域市场中影响力增大
- 4、厂商直营店模式开始出现

## 六、2007年中国重点乘用车厂商分析

### （一）国内重点厂商

- 1、上汽通用五菱：微车市场的绝对领导者
- 2、上海通用：多品牌战略的成功
- 3、一汽大众：轿车市场夺冠
- 4、上海大众：老车当道，新车有待发力
- 5、一汽丰田：卡罗拉是王牌车
- 6、东风日产：骊威没有达到预计目标
- 7、广州本田：4款车型均表现不凡
- 8、长安福特：福克斯带动高速增长

- 9、北京现代：销量显著下滑
- 10、奇瑞汽车：出口是最大亮点
- 11、吉利汽车：品牌劣势明显，艰难调整
- 12、其他关注企业

## （二）跨国集团在中国

- 1、通用：依靠微车勉强排名榜首
- 2、大众：在中国全面复兴
- 3、丰田：在不知不觉中强大起来
- 4、本田：精品企业紧跟丰田的脚步
- 5、福特：中国市场关系着福特的复兴
- 6、其他国际汽车集团
- 7、2007年跨国公司在中国综合分析

## 七、中国汽车销售市场用户需求研究

- 1、消费者结构：车主年龄层次降低
- 2、品牌倾向：新老品牌各占半壁江山
- 3、产品结构：产品差异化选择增多
- 4、汽车安全：消费者安全意识显著提升
- 5、价格期望：消费者购车价格约为一年收入
- 6、使用成本：关注增多，消费行为趋于成熟
- 7、购买渠道：汽车卖场变得重要
- 8、体验服务：购车前的试驾活动很重要

## 八、未来中国乘用车市场影响因素分析

- 1、政策因素：《汽车品牌销售管理实施办法》将逐步修改
- 2、经济因素：国家宏观经济政策趋紧，对商用车市场影响大
- 3、环保因素：国III标准普遍实施，国IV实施开始倒计时

## 九、未来中国乘用车市场规模及结构预测

- 1、规模预测：2010年突破1300万辆
- 2、价格预测：价格继续下降但降幅减小
- 3、细分市场预测：中级轿车最受青睐，重卡显著回落

#### 4、区域结构：二三级城市将成为销售主力

##### 表格目录

- 表格 1 2005-2007年乘用车产销量
- 表格 2 2007年乘用车及细分车型产销率
- 表格 3 2007年乘用车细分市场产销量
- 表格 4 2004-2007年乘用车细分车型结构变化
- 表格 5 2007年乘用车季度销量
- 表格 6 2007年轿车销量排名
- 表格 7 2007年MPV销量排名
- 表格 8 2007年SUV销量排名
- 表格 9 2007年乘用车企业销量排名
- 表格 10 2007年12月轿车企业销量排名
- 表格 11 2007年MPV企业销量排名
- 表格 12 2007年SUV企业销量排名
- 表格 13 2007年微客企业销量排名

##### 图表目录

- 图表 1 2002-2007年乘用车产销量趋势图
- 图表 2 2007年乘用车细分车型累计生产量
- 图表 3 2002-2007年乘用车占汽车比例变化图
- 图表 4 2007年乘用车细分车型销量比例图
- 图表 5 2004-2007年乘用车细分车型销量比例变动图
- 图表 6 2007年1-12月乘用车销量
- 图表 7 2007年轿车销量十强图
- 图表 8 2007年MPV销量五强图
- 图表 9 2007年SUV销量五强图
- 图表 10 2007年乘用车企业销量十强图
- 图表 11 2007年轿车企业销量十强图
- 图表 12 2007年MPV企业销量五强图
- 图表 13 2007年SUV企业销量五强图
- 图表 14 2007年微客企业销量五强图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37313.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提供投资咨询报告、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。