



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国轿车行业分析与趋势预测报告

一、调研说明

《中国轿车行业分析与趋势预测报告》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/37327.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

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，对我国轿车市场的宏观发展环境、行业现状及趋势、轿车市场格局、细分市场状况、营销渠道、企业之间的竞争较量、等进行了详细分析，并提出相应的实操性结论和业务指导。是轿车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。

近年来轿车的销售量在汽车行业中的比重逐年上升。中国轿车的需求主体主要有三个：私人用车、集团用车和出租用车，私人用车需求成为轿车需求的主体，这同中国经济快速稳定增长和新的汽车政策有很大的关系。2008年，中国的轿车市场将以中级车为消费主力、高级轿车之间竞争更加激烈、经济型轿车保持温和态势的市场局面，随着自主品牌的实力逐渐壮大，市场竞争将更趋激烈，特别是在国内厂商蜂拥的经济型轿车领域，自主品牌发展成为改变轿车行业市场格局的根本性因素。

该报告的目的是让企业看清方向，认清对手。如何准确把握市场、把握对手的真实状态，发现影响自身和对手的销量提升的核心要素。作为轿车行业高端核心研究报告，我们要为厂家准确把握对手，发现自身问题，提升销量，更好的满足消费需求做出我们的贡献。

【 目录 】

环境篇

第一章 宏观经济环境分析

第一节 近几年宏观经济发展现状

一、宏观经济整体概况

二、2007-2008年年宏观经济状况分析

第二节 GDP增长率变化分析

一、固定资产投资分析

二、居民消费水平

第三节 宏观经济环境预测及其对汽车行业影响分析

一、长期趋势

二、短期趋势

第二章 政策环境分析

第一节 相关政策调整

一、汽车消费税调整方案

二、燃油税：小型车、节能环保车型获益

三、自主品牌汽车纳入政府采购

四、发改委“放松”汽车产能调控加快结构调整

五、《产业结构调整指导目录(2007年本)》影响分析

第二节 节能减排相关政策

一、《汽车产业发展政策》整体导向

二、国家标准影响分析

三、《乘用车燃料消耗量限值》影响分析

第三章 相关产业分析

第一节 钢铁行业发展变化及影响

一、2008年下半年钢材市场发展预测

二、汽车用钢需求增长强劲

第二节 石油行业发展变化及影响

第三节 零部件行业发展变化及影响

行业篇

第一章 轿车行业发展概述

第一节 轿车行业的分类

一、按排量分类

二、按车长分类

三、综合分级分类

第二节 轿车行业发展历程

一、轿车元年诞生

二、“三大三小”初定

三、家轿时代到来

第三节 轿车在乘用车行业发展中的战略地位

第二章 行业发展现状

第一节 汽车行业总体趋势

- 一、汽车行业总体运行状况
- 二、汽车行业主要产品市场供求分析
- 三、2007年汽车重点企业利润完成情况分析

第二节 轿车行业趋势

- 一、高端高增长、低端低增长仍在延续
- 二、中档私车市场高速增长
- 三、跑车市场微乎其微
- 四、旅行轿车市场走势不佳
- 五、两厢不敌三厢增速

第三节 细分领域发展走势

- 一、微型车仍处于严峻危机中
- 二、豪华车持续快速增长
- 三、中高档轿车走势并不理想

市场篇

第一章 市场格局

第一节 轿车市场整体竞争格局

- 一、轿车分价格级别竞争情况
- 二、轿车分级别竞争情况
- 三、轿车分系别竞争格局
 1. 各个系别品牌竞争格局现状
 2. 日系车成主导行业格局之势

第二节 经济型轿车市场格局

- 一、经济型轿车概念界定
- 二、2005年-2007年经济型轿车销量所占轿车业务比重
- 三、2005年-2007年主要经济型轿车生产企业销量变化情况

第三节 中级轿车市场格局

- 一、中级轿车已经成为国内轿车消费的绝对主力

二、各汽车公司都有自己的“当家花旦”

三、中级车降价格幅较小

四、中级车呈现多方位竞争态势

第四节 高档轿车市场格局

一、中国高级轿车市场需求规模

二、中国高档轿车市场格局

三、更多品牌参与中国高档轿车市场竞争

四、中国高档轿车市场价格竞争格局

第二章 市场竞争

第一节 我国汽车产业的区域竞争力评价

一、我国汽车产业发展现状

二、汽车产业竞争力的综合评价模型

1. 汽车产业竞争力指标体系的确立

2. 使用因子分析法进行综合评价

3. 汽车产业竞争力的聚类分析

三、汽车产业区域竞争力总评

第二节 轿车市场竞争现状分析

一、我国轿车市场竞争分析

二、中高级轿车市场竞争分析

三、经济型轿车市场竞争分析

第三节 轿车市场各排量竞争分析

一、轿车市场排量结构变化分析

二、轿车排量细分市场分析

三、排量竞争热点区间分析

第四节 轿车品牌竞争分析

一、微型轿车市场-准确了解消费心理助企业成功

二、小型轿车市场-面临严峻挑战

三、紧凑型轿车市场-有很大增长空间

四、中型轿车市场-品牌形象塑造最关键

五、中大型轿车市场-期待更多车型加入

第五节 轿车企业竞争手段分析

- 一、轿车生产企业价格竞争导致轿车价格持续下降
- 二、轿车价格持续下降的动因剖析
- 三、轿车生产企业应付价格竞争的对策

第三章 市场营销

第一节 消费者研究

一、消费群体

1. “享受温馨舒适”的中档轿车（15万元左右）消费者
2. “奋力进取攀升”的中高档轿车（20万-30万元）消费者
3. “追求精神价值”的高档轿车（30万-50万元）消费者

二、消费特点

1. 消费市场特点
2. 轿车市场的车型结构
3. 影响轿车需求的主要因素

第二节 营销观察

一、我国轿车市场营销手段现状分析

1. 价格战成为营销热点
2. 新车踊跃上市抢占市场空间

二、国外轿车市场营销模式分析

1. 欧洲汽车销售及售后服务行业运作模式分析
2. 美国汽车销售及售后服务行业运作模式分析
3. 日本汽车销售及售后服务行业运作模式分析
4. 国外汽车销售模式反映的趋势分析

三、我国轿车市场营销模式与渠道分析

1. 轿车市场营销模式分析
2. 我国轿车销售渠道分析
3. 轿车销售流通体系模式分析
4. 目前汽车销售的主要流程分析
5. 轿车营销模式的主要特点分析

四、国内轿车品牌营销模式建构分析

1. 传统营销模式分析
2. 目前的形势及未来的发展方向

3. 关于调查的结论及选择营销模式的基本考虑

4. 关于建立品牌经营营销模式的思考

五、运用差异化模式构建轿车营销渠道分析

1. 营销渠道模式面临严峻挑战

2. 渠道模式差异化的构建策略

3. 顺应产业政策策略

4. 区域差异策略

第四章 进出口市场

第一节 汽车进出口总体走势

一、2005-2008年汽车行业进出口增长分析

二、2008年汽车行业进出口走势分析

第二节 进口市场分析

一、汽车整车进口分析

1. 2004-2008年来汽车整车进口数量增长特点分析

2. 2005-2008年来汽车整车各细分车型进口增长分析

二、轿车进口分析

1. 轿车总体走势分析

2. 进口轿车各排量走势分析

3. 进口轿车价格走势分析

第三节 出口市场分析

一、汽车整车出口分析

1. 2004-2008年汽车整车出口总体走势分析

2. 2005-2008年汽车整车出口结构特征分析

二、轿车出口分析

1. 轿车出口热点车型分析

2. 轿车出口热点排量分析

3. 轿车出口的目标市场分析

第四节 2008年下半年进出口趋势

一、进口车市场面临较大调整压力

二、出口形势不宜太悲观

品牌篇

第一章 品牌市场占有率

第一节 近三年主要轿车企业的销量情况

第二节 2004年-2008年上半年品牌销量情况

第三节 2004年-2008年上半年自主品牌销量情况

第四节 2004年-2008年上半年合资品牌销量情况

第二章 品牌竞争力分析

第一节 产品品牌评价

一、合资品牌产品

1. 桑塔纳

2. 捷达

3. 伊兰特

4. 凯越

5. 卡罗拉

6. 凯美瑞

7. 雅阁

8. 帕萨特

9. 乐风

10. 福克斯

11. 速腾

12. 思域

13. POLO

14. 奥迪A6

15. 赛拉图

16. 标志307

17. 马自达6

18. 颐达

19. 骊威

20. 斯柯达明锐

二、自主品牌产品

1. 奔奔

2. QQ
3. 奇瑞A1
4. 夏利
5. 威志
6. 奇瑞A5
7. 旗云
8. 自由舰
9. 骏捷
10. 比亚迪F3
11. 福美来
12. 力帆520
13. 吉利金刚
14. 吉利远景
15. 奔腾

第二节 轿车品牌竞争力排名

- 一、合资品牌竞争力排名
- 二、自主品牌竞争力排名

企业篇

第一章 企业市场占有率

第一节 近三年主要轿车企业的销量情况

- 一、2005-2007年各主要自主品牌企业轿车增长状况
- 二、2005-2007年各主要合资品牌企业轿车增长状况

第二节 轿车企业销量排名

- 一、2007年轿车企业销量排名
- 二、2007年自主品牌企业销量排名
- 三、2007年合资品牌企业销量排名

第二章 企业的市场集中度

第三章 重点企业分析

第一节 自主品牌企业

一、奇瑞汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

二、吉利汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

三、天津一汽夏利

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

四、海马汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

五、华晨中华汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

六、比亚迪汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

七、长安汽车

1. 企业重点发展车型及品牌

2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

八、哈飞汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

九、华普汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

十、力帆汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

十一、一汽轿车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

第二节 合资品牌企业

一、一汽大众汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

二、上海通用汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化

3. 轿车销量所占企业业务比重

4. 企业品牌历史及销量目标

三、上海大众汽车

1. 企业重点发展车型及品牌

2. 主要轿车品牌历年销量变化

3. 轿车销量所占企业业务比重

4. 企业品牌历史及销量目标

四、一汽丰田汽车

1. 企业重点发展车型及品牌

2. 主要轿车品牌历年销量变化

3. 轿车销量所占企业业务比重

4. 企业品牌历史及销量目标

五、东风日产汽车

1. 企业重点发展车型及品牌

2. 主要轿车品牌历年销量变化

3. 轿车销量所占企业业务比重

4. 企业品牌历史及销量目标

六、广州本田汽车

1. 企业重点发展车型及品牌

2. 主要轿车品牌历年销量变化

3. 轿车销量所占企业业务比重

4. 企业品牌历史及销量目标

七、长安福特汽车

1. 企业重点发展车型及品牌

2. 主要轿车品牌历年销量变化

3. 轿车销量所占企业业务比重

4. 企业品牌历史及销量目标

八、神龙汽车

1. 企业重点发展车型及品牌

2. 主要轿车品牌历年销量变化

3. 轿车销量所占企业业务比重

4. 企业品牌历史及销量目标

九、北京现代汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

十、广州丰田汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

十一、长安铃木汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

十二、东风悦达起亚汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

十三、东风本田汽车

1. 企业重点发展车型及品牌
2. 主要轿车品牌历年销量变化
3. 轿车销量所占企业业务比重
4. 企业品牌历史及销量目标

预测篇

第一章 趋势预测

第一节 行业增长趋势

- 一、未来仍将保持高速增长
- 二、08年产销增速大幅减缓

第二节 行业结构趋势

- 一、市场细分更明显
- 二、小排量市场仍有待观察
- 三、两厢车人气渐旺
- 四、新能源汽车研发加速

第三节 行业营销竞争趋势

- 一、“价格战”升级为“营销战”

表格目录

表格1 汽车消费税税率调整变化

表格2 轿车按排量等级分类

表格3 轿车按车长分类

表格4 轿车综合分级

表格5 2007年汽车整体产量

表格6 2007年汽车整体销量

表格7 2007年乘用车整体分车型销量

表格8 经济型轿车规律性指标一览表

表格9 轿车按排量分类

表格10 美国的轿车分级方法

表格11 德国轿车分级方法

表格12 2007年轿车分排量产量和销量

表格13 2007年轿车分排量产量比重

表格14 中国高档轿车品牌销售和市场占有率情况

表格15 2005年-2008年汽车及零部件进出口变化单位：亿美元

表格16 2007年-2008年汽车及零部件进出口走势单位：亿美元

表格17 2004年-2008年逐季汽车整车进口走势单位：万台

表格18 2005年-2008年汽车整车各细分车型进口情况

表格19 2004年-2008年汽车热点车型季度进口量走势图

表格20 2004年-2008年进口轿车各排量区间季度进口量走势

表格21 2004年-2008年各排量进口轿车海关报价季度走势

表格22 2005年-2008年轿车进口结构和进口增量变化情况

表格23 2005年-2008年轿车进口份额和平均单价变化情况

表格24 2005年-2008年汽车整车分车型出口结构特征变化

表格25 2005年-2008年汽车整车分车型出口数量和价格变化情况

表格26 2004年-2008年汽车热点车型出口量季度走势

表格27 2004年-2008年轿车各排量区间季度出口数量

表格28 2005年-2008年轿车出口目标市场销量和增幅变化情况

表格29 2004年-2008年轿车出口市场份额和出口单价情况

表格30 2004年-2008年上半年轿车品牌销量情况

表格31 2004年-2008年上半年自主品牌轿车销量情况

表格32 2004年-2008年上半年合资品牌轿车销量情况

表格33 轿车品牌竞争力评价体系表

表格34 桑塔纳竞争力评价表

表格35 捷达竞争力评价表

表格36 伊兰特竞争力评价表

表格37 凯越竞争力评价表

表格38 卡罗拉竞争力评价表

表格39 凯美瑞竞争力评价表

表格40 雅阁竞争力评价表

表格41 帕萨特竞争力评价表

表格42 乐风竞争力评价表

表格43 福克斯竞争力评价表

表格44 速腾竞争力评价表

表格45 思域竞争力评价表

表格46 POLO竞争力评价表

表格47 奥迪A6竞争力评价表

表格48 赛拉图竞争力评价表

表格49 标致307竞争力评价表

表格50 马自达6竞争力评价表

表格51 颐达竞争力评价表

表格52 骊威竞争力评价表

表格53 斯柯达明锐竞争力评价表

表格54 奔奔竞争力评价表

表格55 QQ竞争力评价表

表格56 奇瑞A1竞争力评价表

表格57 夏利竞争力评价表
表格58 威志竞争力评价表
表格59 奇瑞A5竞争力评价表
表格60 旗云竞争力评价表
表格61 自由舰竞争力评价表
表格62 骏捷竞争力评价表
表格63 比亚迪F3竞争力评价表
表格64 福美来竞争力评价表
表格65 力帆520竞争力评价表
表格66 吉利金刚竞争力评价表
表格67 吉利远景竞争力评价表
表格68 奔腾竞争力评价表
表格69 2007年轿车产品综合竞争力排名表
表格70 2007年合资产品综合竞争力排名表
表格71 轿车企业销量排名
表格72 自主品牌轿车企业销量排名
表格73 合资品牌轿车企业销量排名
表格74 奇瑞汽车重点发展车型及品牌
表格75 奇瑞汽车2008年销量目标
表格76 吉利汽车重点发展车型及品牌
表格77 吉利汽车2008年销量目标
表格78 天津一汽夏利汽车重点发展车型及品牌
表格79 海马汽车重点发展车型及品牌
表格80 海马汽车2008年销量目标
表格81 华晨中华汽车重点发展车型及品牌
表格82 比亚迪汽车重点发展车型及品牌
表格83 比亚迪汽车2008年销量目标
表格84 长安汽车重点发展车型及品牌
表格85 长安汽车2008年销量目标
表格86 哈飞汽车重点发展车型及品牌
表格87 哈飞汽车2008年销量目标
表格88 华普汽车重点发展车型及品牌

表格89 力帆汽车重点发展车型及品牌
表格90 一汽轿车重点发展车型及品牌
表格91 一汽大众重点发展车型及品牌
表格92 一汽大众2008年销量目标
表格93 上海通用重点发展车型及品牌
表格94 上海通用2008年销量目标
表格95 上海大众重点发展车型及品牌
表格96 上海大众2008年销量目标
表格97 一汽丰田重点发展车型及品牌
表格98 一汽丰田2008年销量目标
表格99 东风日产重点发展车型及品牌
表格100 东风日产2008年销量目标
表格101 广州本田重点发展车型及品牌
表格102 广州本田2008年销量目标
表格103 长安福特重点发展车型及品牌
表格104 长安福特2008年销量目标
表格105 神龙汽车重点发展车型及品牌
表格106 神龙汽车2008年销量目标
表格107 北京现代重点发展车型及品牌
表格108 北京现代2008年销量目标
表格109 广州丰田重点发展车型及品牌
表格110 广州丰田2008年销量目标
表格111 长安铃木重点发展车型及品牌
表格112 东风悦达起亚重点发展车型及品牌
表格113 东风本田重点发展车型及品牌
表格114 东风本田2008年销量目标

图表目录

图表1 2003年-2006年我国GDP增长形势
图表2 2003年-2006年我国城镇居民人均可支配收入形势
图表3 2003年-2006年我国城镇居民人均消费支出形势
图表4 2003年-2006年我国城镇百万户家庭汽车数量形势

图表5 2003年-2006年我国农民人均纯收入形势

图表6 2003年-2006年我国农民人均消费支出形势

图表7 2005年-2007年轿车销量所占乘用车行业业务比重

图表8 2004年 - 2007年乘用车分车型结构市场占有率变化

图表9 乘用车整体分车型销量结构图

图表10 2004年 - 2007年轿车分价格级别市场份额变化情况

图表11 2004年 - 2007年轿车分级别市场份额变化情况

图表12 2004年 - 2007年轿车分系别市场份额变化情况

图表13 2005年-2007年经济型轿车销量所占轿车业务比重

图表14 2005年-2007年主要经济型轿车生产企业销量变化情况

图表15 中国高档轿车占比情况及市场规模

图表16 中国高档轿车不同价位细分市场竞争格局

图表17 2007年上半年轿车品牌分国别销售情况

图表18 轿车各排量市场05-08年结构变化分析

图表19 轿车主力排量走势

图表20 2001-2007年自主品牌轿车销量占全国轿车比例

图表21 2001-2007年微型车市场自主品牌与合资品牌市场份额对比

图表22 2001-2007年小型轿车市场自主品牌与合资品牌市场份额对比

图表23 2001-2007年紧凑型车市场自主品牌与合资品牌市场份额对比

图表24 2001-2007年中型轿车市场自主品牌与合资品牌市场份额对比

图表25 2001-2007年中型车市场自主品牌与合资品牌市场份额对比

图表26 2000年-2006年我国私人轿车和商务轿车占比增长趋势图

图表27 消费者购车关心要素趋势

图表28 欧洲汽车销售及售后服务行业运作模式

图表29 美国汽车销售及售后服务行业运作模式

图表30 日本汽车销售及售后服务行业运作模式

图表31 我国传统销售流通模式图

图表32 我国新兴销售代理模式图

图表33 2005年-2008年汽车及零部件进出口走势单位：亿美元

图表34 2007年-2008年汽车及零部件进出口走势

图表35 2004年-2008年逐季汽车整车进口走势

图表36 2004年-2008年汽车热点车型季度进口量走势图

图表37 2004年-2008年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表38 2004年-2008年各排量进口轿车海关报价季度走势

图表39 2004年-2008年汽车整车分季度出口走势

图表40 2004年-2008年汽车热点车型出口量季度走势

图表41 2004年-2008年轿车各排量区间季度出口数量

图表42 2005-2007年各主要轿车企业增长状况

图表43 2005-2007年各主要自主品牌企业销量走势图

图表44 2005-2007年各主要合资品牌企业销量走势图

图表45 2005-2007年企业的市场集中度

图表46 奇瑞汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表47 2004年-2008年上半年奇瑞汽车企业轿车销量所占业务比重

图表48 吉利汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表49 2004年-2008年上半年吉利汽车企业轿车销量所占业务比重

图表50 天津一汽夏利主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表51 2004年-2008年上半年天津一汽夏利企业轿车销量所占业务比重

图表52 海马汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表53 2004年-2008年上半年海马汽车企业轿车销量所占业务比重

图表54 华晨中华主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表55 2004年-2008年上半年华晨中华企业轿车销量所占业务比重

图表56 比亚迪汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表57 2004年-2008年上半年比亚迪汽车企业轿车销量所占业务比重

图表58 长安汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表59 2004年-2008年上半年长安汽车企业轿车销量所占业务比重

图表60 哈飞汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表61 2004年-2008年上半年哈飞汽车企业轿车销量所占业务比重

图表62 华普汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表63 2004年-2008年上半年华普汽车企业轿车销量所占业务比重

图表64 力帆汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表65 2004年-2008年上半年力帆汽车企业轿车销量所占业务比重

图表66 一汽轿车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表67 2004年-2008年上半年一汽轿车企业轿车销量所占业务比重

图表68 一汽大众主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化

图表69 2004年-2008年上半年一汽大众企业轿车销量所占业务比重
图表70 上海通用主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表71 2004年-2008年上半年上海通用企业轿车销量所占业务比重
图表72 上海大众主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表73 2004年-2008年上半年上海大众企业轿车销量所占业务比重
图表74 一汽丰田主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表75 2004年-2008年上半年一汽丰田企业轿车销量所占业务比重
图表76 东风日产主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表77 2004年-2008年上半年东风日产企业轿车销量所占业务比重
图表78 广州本田主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表79 2004年-2008年上半年广州本田企业轿车销量所占业务比重
图表80 长安福特主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表81 2004年-2008年上半年长安福特企业轿车销量所占业务比重
图表82 神龙汽车主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表83 2004年-2008年上半年神龙汽车企业轿车销量所占业务比重
图表84 北京现代主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表85 2004年-2008年上半年北京现代企业轿车销量所占业务比重
图表86 广州本田主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表87 2004年-2008年上半年广州本田企业轿车销量所占业务比重
图表88 长安铃木主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表89 2004年-2008年上半年长安铃木企业轿车销量所占业务比重
图表90 东风悦达起亚主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表91 2004年-2008年上半年东风悦达起亚企业轿车销量所占业务比重
图表92 东风本田主要轿车品牌2004年-2008年上半年年度销量变化
图表93 2004年-2008年上半年东风本田企业轿车销量所占业务比重

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37327.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。