



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国乘用车自主品牌发展市场分析 及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《中国乘用车自主品牌发展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/37358.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，对我国汽车产业自主品牌的发展环境、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。

自主品牌从1998年的2个企业发展到2007年的32个企业，在SUV、MPV、轿车等各个领域都取得卓越成就，近几年中系汽车迅速崛起并走向成熟，至2007年底，以奇瑞、华晨、长城等为代表的中系汽车已占中国乘用车年销量的29.4%，超过日系车27.9%，德系车18%的市场份额，“中系汽车”已经成为和德系、日系并重的汽车体系。

中汽协会数据显示，2007年自主品牌乘用车共销售254.86万辆，占乘用车销售总量的40.5%。其中，轿车自主品牌共销售124.53万辆，占轿车销售总量的26.35%，仅次于日系车的28.91%，市场占有率位居第二。轿车自主品牌数目也由2005年不到30个增加到2007年的47个。

2007年自主品牌市场，MPV市场增长相对缓慢，2008年可能会带来超出2007年的增长水平。而SUV主要受益于城市用运动型多用途乘用车市场的迅速增长，预计2008年SUV市场仍然会保持快速增长。SUV市场快速增长的同时，有更多新产品投放，2008年该细分市场的竞争将会更加激烈。从价位档次来看，经济型车一直是自主品牌的主要市场，在自主品牌的市场结构中，经济型车占到了90%以上，07年受小排量车整体下滑近30%影响，其经济型车的市场占有率均有所下滑，随着国内市场的中高端战略的愈发明显，自主品牌中级车市场将面临很大的发展空间。2005至2007年间，自主品牌一直保持着良好的增长速度，在各系车型中保持了领先地位，市场份额由2005年的29.59%提高到了07年的40.79%，另外日系品牌和德系品牌也是我国市场内占有率较高的品牌，虽然其同样保持了良好的增长率，但在迅速发展的中国市场内，占比仍不见起色。

### 【 目录 】

## 第一章 乘用车自主品牌生存环境分析

### 第一节 宏观经济环境分析

#### 一、近几年宏观经济发展现状

##### 1. 宏观经济整体概况

##### 2. 2007-2008年年宏观经济状况分析

#### 二、宏观经济发展对汽车工业的影响研究

##### 1. 指标相关性分析

##### 2. 宏观经济对汽车工业的脉冲相应模型

#### 三、宏观经济环境预测及其对汽车行业影响分析

##### 1. 长期趋势

##### 2. 短期趋势

### 第二节 政策环境分析

#### 一、宏观调控政策

##### 1. 宏观调控使汽车行业短期压力增加

##### 2. 人民币升值促进产业升级自主汽车工业受阻

##### 3. 银行信贷政策对汽车业影响更为直接

#### 二、汽车产业政策变化及影响

##### 1. 《汽车产业发展政策》整体导向鼓励自主研发

##### 2. 燃油税：倡导节能环保 自主品牌获益

##### 3. 自主品牌汽车纳入政府采购带来发展契机

### 第三节 相关产业分析

##### 1. 钢铁行业发展变化及影响

##### 2. 橡胶行业发展变化及影响

##### 3. 石油行业发展变化及影响

## 第二章 乘用车自主品牌发展概述

### 第一节 品牌及自主品牌的界定

#### 一、品牌的内涵

#### 二、自主品牌的定义

### 第二节 自主品牌发展的必要性

### 第三节 乘用车自主品牌发展历程

#### 一、中国汽车的品牌发展路径

## 二、中国乘用车自主品牌发展历程

### 1. 自主品牌的前身

### 2. 自主品牌的大合资时代

### 3. 自主品牌在回归

## 三、中国汽车自主品牌发展大事纪

### 第四节 乘用车自主品牌的战略地位

## 第三章 乘用车自主品牌发展现状分析

### 第一节 中国乘用车自主品牌发展状态

#### 一、自主品牌全面崛起

#### 二、中低档占主导地位 产品及技术依赖性较强

#### 三、自主品牌投放增加

#### 四、自主品牌全面参与国际竞争

#### 五、自主品牌迈入“新合资时代”

### 第二节 中国汽车自主品牌发展特点

#### 一、数量众多但规模有限

#### 二、增长迅速，但产品集中于低端市场

#### 三、与合资品牌产品的技术、性能、质量有差距

#### 四、缺乏整体品牌规划，品牌差距巨大

#### 五、溢价能力低下，价值差距明显

#### 六、利润微薄差距悬殊

### 第三节 我国自主品牌市场表现

#### 一、市场产销量增长迅速

#### 二、市场仍然徘徊在低端

#### 三、在中级车市场站稳

#### 四、欲进军中高端市场

### 第四节 我国自主品牌发展优势与机会

#### 一、经济发展的不均衡带来自主品牌的成长性机会

#### 二、全球化的资源共享提供技术改进空间

#### 三、长期合资合作奠定较好工业基础

#### 四、政策导向利于自主品牌发展

### 第五节 我国发展自主汽车品牌所面临发展桎梏与威胁

- 一、缺乏核心技术和自主研发能力
- 二、人才与资金匮乏
- 三、价格优势正逐步丧失
- 四、自身品质不高

## 第四章 乘用车自主品牌市场结构分析

### 第一节 乘用车自主品牌市场结构

- 一、车型
- 二、档次
- 三、系别

### 第二节 轿车自主品牌市场结构

- 一、档次
- 二、系别
- 三、级别

### 第三节 SUV自主品牌市场结构

- 一、档次
- 二、系别

### 第四节 MPV自主品牌市场结构

- 一、档次
- 二、系别

## 第五章 乘用车自主品牌市场竞争力分析

### 第一节 自主品牌与合资的错位竞争分析

- 一、错位竞争的市场表现
- 二、错位竞争走向重合

### 第二节 自主品牌不同领域竞争对手划分

#### 一、经济型

- 1. 乘用车
- 2. 轿车
- 3. SUV
- 4. MPV

#### 二、中级车

1. 乘用车

2. 轿车

3. SUV

4. MPV

### 第三节 自主品牌与合资品牌的竞争力对比分析

一、产品

二、品牌

三、价值

四、利润

### 第四节 轿车自主品牌与合资品牌市场竞争形式及机会分析

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

## 第六章 乘用车自主品牌产品竞争力分析

### 第一节 轿车

一、微型

1. 奔奔

二、小型

1. QQ

2. 奇瑞A1

三、紧凑型

1. 威志

2. 奇瑞A5

3. 旗云

4. 自由舰

5. 骏捷

6. 比亚迪F3

7. 福美来

8. 力帆520

#### 9. 吉利金刚

### 四、中级

#### 1. 吉利远景

#### 2. 荣威750

#### 3. 奔腾

### 第二节 SUV

#### 1. 长城哈弗

#### 2. 奇瑞瑞虎

#### 3. 长丰猎豹

#### 4. 中兴驰野

#### 5. 中兴无限

#### 6. 中兴旗舰

#### 7. 丹东黄海翱龙

#### 8. 丹东黄海挑战者

#### 9. 北汽福田传奇

#### 10. 众泰2008

### 第三节 MPV

#### 1. 柳汽风行

#### 2. 江淮瑞风

#### 3. 华晨金杯阁瑞斯

#### 4. 海马汽车普力马

#### 5. 奇瑞瑞麒

#### 6. 奇瑞东方之子

#### 7. 北汽福田蒙派克

#### 8. 江铃陆风

#### 9. 长安杰勋

#### 10. 长丰骐菱

## 第七章 乘用车自主品牌企业竞争力分析

### 第一节 自主品牌企业发展路线模式分析

### 第二节 自主品牌企业市场表现

#### 一、企业规模



## 二、竞争领域

### 第三节 自主品牌企业竞争力分析

### 第四节 其他国家企业自主品牌发展模式对比

### 第五节 自主品牌企业自主研发案例

#### 一、“黑马”奇瑞

#### 二、吉利造车

## 第八章 乘用车自主品牌的海外之路

### 第一节 自主品牌的出口状况分析

#### 一、自主品牌成汽车出口市场主力

#### 二、自主品牌出口任重道远

#### 三、低价出口是必经之路

### 第二节 自主品牌的海外之路

#### 一、自主品牌海外之路主要事迹

#### 二、四大自主品牌的海外战略

#### 三、自主品牌汽车企业海外之路的障碍分析

## 第九章 乘用车自主品牌建设研究分析

### 第一节 自主品牌发展良方

#### 一、从国家政策方向和舆论上引导“自主”回归理性科学

#### 二、明确缩短并超越竞争对手的阶段步骤

#### 三、提高自主品牌新产品准入门槛

#### 四、解决自主品牌技术提升的技术源问题

### 第二节 自主品牌研发避免应避免的错误

#### 一、离开市场谈研发

#### 二、限定模式谈研发

#### 三、只有整车设计才叫“自主研发”

#### 四、对我国自主品牌汽车战略营销的建议

### 第三节 自主研发是中国技术成长的关键变量

#### 一、使引进的技术产生扩散的关键变量

#### 二、自主开发对于工业竞争力的意义

#### 三、自主企业是本土技术能力发展的动力源泉

## 第四节 自主品牌企业竞争对策分析

### 一、差异化经营

### 二、品牌经营

## 第十章 乘用车自主品牌发展前景分析

### 第一节 自主品牌的市场发展前景分析

### 第二节 自主品牌市场走势分析

### 第三节 自主品牌竞争力趋势分析

#### 一、我国自主品牌汽车国际化营销趋势明显

#### 二、汽车行业渠道竞争加剧

### 第四节 自主品牌发展隐忧分析

#### 一、油价继续上涨对自主品牌及汽车工业负面影响显著

#### 二、消费环境恶化抑制了部分自主品牌汽车消费

#### 三、上下游环境影响自主品牌发展

#### 四、自主品牌的产品风险

## 表格目录

表格1 1998-2007年宏观经济主要指标统计表

表格2 脉冲相应图

表格 3 2005-2007年自主和合资品牌产销量对比表

表格 4 2005-2007年乘用车自主和合资品牌不同细分市场销量对比表

表格 5 2005-2007年乘用车自主和合资品牌不同价格档次销量对比表

表格 6 2005-2007年乘用车不同系别销量对比表

表格 7 2005-2007年轿车自主和合资品牌不同价格档次销量对比表

表格 8 2005-2007年轿车自主和合资品牌不同系别销量对比表

表格 9 2005-2007年轿车自主和合资品牌不同级别销量对比表

表格 10 2005-2007年SUV自主和合资品牌不同价格档次销量对比表

表格 11 2005-2007年SUV自主和合资品牌不同系别销量对比表

表格 12 2005-2007年MPV自主和合资品牌不同价格档次销量对比表

表格 13 2005-2007年MPV自主和合资品牌不同系别销量对比表

表格 14 自主与合资品牌形象指数对比表

表格 15 最具影响力的十大汽车厂商

表格 16 最放心的十大汽车厂商

表格 17 最喜爱的十大汽车品牌

表格 18 AOO级别主流产品及与国际品牌差距

表格 19 AO级别主流产品及与国际品牌差距

表格 20 A级别主流产品及与国际品牌差距

表格 21 B级别主流产品及与国际品牌差距

表格 22 2004-2006汽车行业利润变化表

表格23 SUV品牌竞争力评价表

表格24 奔奔竞争力评价表

表格25 QQ竞争力评价表

表格26奇瑞A1竞争力评价表

表格27威志竞争力评价表

表格28奇瑞A5竞争力评价表

表格29旗云竞争力评价表

表格30自由舰竞争力评价表

表格31骏捷竞争力评价表

表格32比亚迪F3竞争力评价表

表格33福美来竞争力评价表

表格34力帆520竞争力评价表

表格35吉利金刚竞争力评价表

表格36 吉利远景竞争力评价表

表格37荣威750竞争力评价表

表格38奔腾竞争力评价表

表格39 哈弗竞争力评价表

表格40 瑞虎竞争力评价表

表格41 猎豹竞争力评价表

表格42 中兴驰野竞争力评价表

表格43 中兴无限竞争力评价表

表格44 中兴旗舰竞争力评价表

表格45 丹东黄海翱龙竞争力评价表

表格46 丹东黄海挑战者竞争力评价表

表格47 福田传奇竞争力评价表

表格48 众泰2008竞争力评价表  
表格49 风行竞争力评价表  
表格50 瑞风竞争力评价表  
表格51 阁瑞斯竞争力评价表  
表格52 普力马竞争力评价表  
表格53 瑞麟竞争力评价表  
表格54 东方之子竞争力评价表  
表格55 蒙派克竞争力评价表  
表格56 陆风竞争力评价表  
表格57 杰勋竞争力评价表  
表格58 骐菱竞争力评价表  
表格 59 2007年轿车自主品牌企业销量表  
表格60 2007年SUV自主品牌企业销量表  
表格61 2007年MPV自主品牌企业销量表  
表格62 国内自主品牌轿车企业现状及竞争力评价排序  
表格63 自主品牌海外之路主要事迹

## 图表目录

图表 1 2003-2006年中国GDP增长形势  
图表 2 2003-2006年中国城镇居民人均可支配收入  
图表 3 2003-2006年中国城镇居民人均消费支出  
图表 4 2003-2006年中国城镇百户家庭汽车数量  
图表 5 2003-2006年中国农民人均纯收入  
图表 6 2003-2006年中国农民人均消费支出  
图表 7 2005-2007年我国乘用车自主品牌在乘用车行业发展中比重走势图  
图表 8 2005-2007年自主和合资品牌产销量对比图  
图表 9 2007年各月自主品牌产销量变化图  
图表 10 2005-2007年乘用车自主品牌不同细分市场销量对比图  
图表 11 2005-2007年乘用车合资品牌不同细分市场销量对比图  
图表 12 2005-2007年乘用车自主品牌不同价格档次销量对比图  
图表 13 2005-2007年乘用车合资品牌不同价格档次销量对比图  
图表 14 2005-2007年乘用车不同系别销量占比对比图

图表 15 2005-2007年乘用车不同系别销量走势图

图表 16 2005-2007年轿车自主品牌不同价格档次销量对比图

图表 17 2005-2007年轿车自主品牌不同系别占比对比图

图表 18 2005-2007年轿车自主品牌不同级别占比对比图

图表 19 2005-2007年SUV自主品牌不同价格档次销量对比图

图表 20 2005-2007年SUV自主品牌不同系别占比对比图

图表 21 2007年MPV自主品牌不同价格档次销量对比图

图表 22 2005-2007年MPV自主品牌不同系别占比对比图

图表 23 2005-2007年经济型乘用车系别品牌竞争对比图

图表 24 2005-2007年经济型轿车系别品牌竞争对比图

图表 25 2005-2007年经济型SUV系别品牌竞争对比图

图表 26 2005-2007年经济型MPV系别品牌竞争对比图

图表 27 2005-2007年中级市场乘用车系别品牌竞争对比图

图表 28 2005-2007年中级市场轿车系别品牌竞争对比图

图表 29 2005-2007年中级市场SUV系别品牌竞争对比图

图表 30 2005-2007年中级市场MPV系别品牌竞争对比图

图表 31 2003-2005汽车品牌利润变化

图表 32 2006年自主品牌与合资品牌利润比较

图表 33 2001-2007年自主品牌轿车销量占全国轿车比例

图表 34 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 35 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 36 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 37 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 38 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 39 乘用车企业销量排名

图表 40 2007年轿车自主品牌企业销量分布图

图表 41 2007年SUV自主品牌企业销量分布图

图表 42 2007年MPV自主品牌企业销量分布图

图表 43 自主品牌努力向高端蔓延示意图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37358.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。