



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国乘用车市场 市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国乘用车市场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/37968.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

引言

据中国汽车工业协会统计：2007年我国乘用车共计生产638.1万辆，销售629.8万辆，销量同比增长21.7%。除微型轿车和微型客车低于总体增长率外，其他各类车型均超越总体增长幅度，特别是SUV，2007年相比2006年增长了50%以上。

2008年2月，受春节长假、南方雪灾等一些因素影响，汽车产销与上月比双双呈现明显下降，其中乘用车降幅略高于商用车。在汽车主要品种中，2008年2月乘用车生产47.16万辆，比上月下降22.58%，同比增长12.28%；销售48.89万辆，比上月下降26.15%，同比增长17.05%。

据专家预计，2008年乘用车市场的需求在整体宏观经济环境向好的影响下仍然将保持高速增长，但是也应该看到，受收入水平、政策环境因素和特殊因素的影响，相对于2007年，2008年乘用车市场的增速将小幅回落，预测增速为22%。

本报告依据国家统计局、国资委、国家信息中心、国务院发展研究中心、中国汽车工业协会、海关总署、国民经济景气监测中心等提供的大量资料，对我国乘用车市场的发展环境、市场运行、产品产量、消费需求、销售渠道、细分市场、进出口、竞争格局、部分企业发展情况及未来趋势预测等进行了分析，并对世界乘用车市场进行了深入剖析。是汽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。

第一章 中国汽车行业运行环境分析

第一节 汽车行业发展的宏观经济环境分析

一、中国汽车行业宏观经济环境复杂

二、2007年汽车行业宏观经济环境发生巨变

第二节 汽车工业在我国国民经济中的地位

一、汽车是工业的主导产业

二、汽车工业与国民经济其他产业的关联性影响

第三节 2007年汽车行业相关政策影响分析

- 一、2007年我国汽车行业新政策分析
- 二、2007年我国汽车行业十大发展政策
- 三、2007年我国商用车市场政策分析

第四节 我国汽车产业自主创新的SWOT分析

- 一、我国汽车产业进行自主创新的优势
- 二、我国汽车产业进行自主创新的劣势
- 三、我国汽车产业进行自主创新的机遇
- 四、我国汽车产业进行自主创新面临的挑战

第五节 乘用车在汽车工业中的地位

第二章 2007年世界乘用车市场发展分析

第一节 2007年美国乘用车市场发展分析

- 一、2007年丰田、本田在美国乘用车市场销量创新高
- 二、2007年美国乘用车销量情况
- 三、美国计划2015年后乘用车燃油效率标准提高25%

第二节 2007年欧盟乘用车市场发展分析

第三节 2007年日本乘用车市场发展分析

- 一、2007年日本乘用车销量
- 二、2007年日本ISUZU（五十铃）退出美国乘用车市场
- 三、2007年7款日本车进入德国乘用车环保排行前十名

第四节 2007年韩国乘用车市场发展分析

- 一、2007年韩国汽车报废率大幅增加
- 二、2007年韩国现代将重点转向商用车

第三章 2006-2008年中国乘用车市场运行分析

第一节 2006-2008我国乘用车市场分析与预测

- 一、2006年乘用车市场分析
- 二、2007年乘用车市场分析
- 三、2008年乘用车市场形势判断
 - （一）2008年5月份全国乘用车市场分析
 - （二）2008年乘用车市场将进入拐点

第二节 2006-2008年我国乘用车产销状况

一、2006年乘用车产销状况分析

二、2007年乘用车产销状况分析

三、2008年乘用车产销状况分析

第三节 2007-2008年进口乘用车市场分析

一、2007年乘用车出口将首次超过进口

二、2008年进口乘用车增速超过国产

三、2008进口乘用车市场分化加剧

第四节 2007年交叉型乘用车产销分析

第四章 中国运动型多用途乘用车（SUV）分析

第一节 2007-2008年SUV发展分析

一、2007年SUV发展分析

（一）2007年国内众厂商SUV车逐步上市

（二）2007年SUV火热原因

（三）2007年SUV销量前五位品牌排名

（四）2007年SUV市场推新速度加快

（五）2007年自主品牌SUV整体发力

二、2008年SUV发展分析

（一）2008年初柴油SUV热销势头渐缓

（二）2008年1月SUV主导品牌销量排名

（三）2008年国产SUV主打天下

第二节 2007年我国SUV进出口分析

一、2007年国内进口中高端SUV空前受宠

二、2007年我国SUV出口状况

第三节 国内SUV企业应注意的问题

一、节能降耗是SUV企业不可推卸的社会责任

二、国内SUV企业应进行多元化探索

（一）独立的SUV企业的生存发展空间日益狭窄

（二）“门外汉”多元化进军SUV行业表现不俗

（三）专业SUV企业实行多元化发展，积极规避市场风险

三、三大优势成为城市SUV新卖点

四、费税改革将成SUV拐点

第五章 中国多功能乘用车（MPV）分析

第一节 2007-2008年MPV发展分析

一、2007年MPV发展分析

- （一）2007年MPV市场经济指数分析
- （二）2007年MPV销量前五位品牌排名
- （三）2007年MPV加速向私车市场渗透
- （四）2007年洋品牌汽车重布高端MPV市场
- （五）2007年MPV“家庭化”路线扩张
- （六）2007年MPV之争转入舒适化阶段

二、2008年MPV发展分析

- （一）2008年MPV市场的困境和尴尬
- （二）2008年MPV市场群雄逐鹿将达新高度
- （三）2008年MPV市场三大猜想

第二节 MPV在中国市场的曲解和误读

第三节 国内MPV市场格局分析

第六章 2007-2008年中国基本型乘用车（轿车）产量分析

第一节 2007年中国轿车产量分析

- 一、2007年全国轿车产量分析
- 二、2007年华北地区轿车产量分析
- 三、2007年东北地区轿车产量分析
- 四、2007年华东地区轿车产量分析
- 五、2007年华中地区轿车产量分析
- 六、2007年华南地区轿车产量分析
- 七、2007年西南地区轿车产量分析
- 八、2007年西北地区轿车产量分析

第二节 2008年中国轿车产量分析

- 一、2008年全国轿车产量分析
- 二、2008年华北地区轿车产量分析
- 三、2008年东北地区轿车产量分析

- 四、2008年华东地区轿车产量分析
- 五、2008年华中地区轿车产量分析
- 六、2008年华南地区轿车产量分析
- 七、2008年西南地区轿车产量分析
- 八、2008年西北地区轿车产量分析

第七章 中国乘用车市场消费需求分析

第一节 2007-2008乘用车消费市场分析

一、2007年全国乘用车消费市场分析

二、2008年全国乘用车消费市场分析

（一）2008年1月份全国乘用车消费市场分析

（二）2008年2月份全国乘用车消费市场分析

第二节 乘用车消费者需求分析

一、我国乘用车消费的特点分析

二、2007年我国多功能乘用车需求分析

三、2007 乘用车市场消费理念趋于成熟

四、MPV走入私人消费市场

第八章 中国乘用车销售渠道分析

第一节 汽车行业主要营销渠道

一、汽车交易市场

二、品牌专卖店

三、连锁经营店

四、代理模式

五、汽车超市

第二节 世界汽车强国销售渠道模式

第三节 我国汽车行业营销渠道模式

第四节 我国汽车销售渠道变革分析

一、我国汽车销售渠道发生变革

二、我国汽车营销渠道面临洗牌

第九章 中国乘用车细分市场分析

第一节 经济型乘用车市场分析

一、经济型乘用车安全性待提高

二、经济型乘用车增长旺盛

三、发展经济型乘用车的思考

第二节 基本型乘用车市场分析

一、2007年中国汽车市场十大现象

二、2007年中国轿车销量情况

三、中国自主品牌轿车市场份额下降

第三节 中档乘用车市场分析

一、中档MPV比较

二、2008年中档MPV抢2.0黄金市场

第四节 高档乘用车市场分析

一、CYQD32柴油机是高档乘用车柴油化的开路先锋

二、广州将成国内中高档乘用车制造中心

三、2008年中高档乘用车价格上扬

第十章 2007-2008年中国乘用车进出口形势分析

第一节 汽车产品进出口总体分析

一、2007年我国汽车产品进出口分析

二、2008年我国乘用车产品进出口分析

第二节 进口乘用车与国产乘用车比较分析

第十一章 乘用车行业基本竞争格局分析

第一节 2008年我国乘用车各车系表现分析

第二节 我国乘用车自主品牌分析

第三节 我国乘用车市场日系品牌走势分析

第四节 我国乘用车市场德系品牌走势分析

第五节 我国乘用车市场韩系品牌走势分析

第六节 在WTO架构下构筑中国汽车工业国家竞争优势

一、在WTO架构下中国汽车工业发展战略的理论思考

二、构筑中国汽车工业国家竞争优势的路径依赖

第十二章 部分乘用车企业发展分析

第一节 上海大众汽车有限公司

一、企业简介

二、产品系列

三、公司竞争优势分析

(一) 上海大众研发力领先竞争对手10年

(二) 上海大众朗逸与竞争车型对比

四、2007年上海大众经营分析

第二节 一汽大众汽车有限公司

一、企业简介

二、产品系列

三、一汽大众发展战略

四、2007年一汽大众经营分析

第三节 上海通用汽车有限公司

一、企业简介

二、产品系列

三、上海通用的成功之路

四、2007年上海通用经营分析

第四节 广州本田汽车有限公司

一、企业简介

二、产品系列

三、广州本田的中国市场谋略

四、2007年广州本田经营分析

第五节 北京现代汽车有限公司

一、企业简介

二、产品系列

三、北京现代的营销策略

四、2007年北京现代经营分析

第六节 安徽奇瑞汽车有限公司

一、企业简介

二、产品系列

三、奇瑞汽车自主创新之路

四、2007年安徽奇瑞汽车经营分析

第十三章 乘用车市场发展趋势及预测分析

第一节 我国乘用车产品市场三大发展趋势

第二节 柴油化是乘用车发展的必然趋势

第三节 2008年中国乘用车市场预测分析

第四节 乘用车市场未来保有量预测

一、2010年全球汽车保有量预测

二、2004～2020年我国乘用车保有量预测

部分图表目录：

图表 2008年5月国内乘用车产销情况

图表 2008年2-4月全国轿车产量情况

图表 2008年2-4月北京轿车产量情况

图表 2008年2-4月天津轿车产量情况

图表 2008年2-4月吉林轿车产量情况

图表 2008年2-4月黑龙江轿车产量情况

图表 2008年2-4月辽宁轿车产量情况

图表 2008年2-4月上海轿车产量情况

图表 2008年2-4月江苏轿车产量情况

图表 2008年2-4月浙江轿车产量情况

图表 2008年2-4月安徽轿车产量情况

图表 2008年2-4月福建轿车产量情况

图表 2008年2-4月江西轿车产量情况

图表 2008年2-4月山东轿车产量情况

图表 2008年2-4月湖北轿车产量情况

图表 2008年2-4月广东轿车产量情况

图表 2008年2-4月广西轿车产量情况

图表 2008年2-4月海南轿车产量情况

图表 2008年2-4月重庆轿车产量情况

图表 2008年3-4月四川轿车产量情况

图表 2008年2-4月云南轿车产量情况

图表 2008年2-4月陕西轿车产量情况

图表 2008年2月我国乘用车产销量及增长情况

图表 2008年2月我国乘用车企业销量排行表

图表 2008年2月我国各排量、档次轿车市场份额情况产销情况表

图表 2008年1月我国SUV主导品牌销量排名

图表 2008年1月全国乘用车产销情况

图表 2008年1-2月我国乘用车各车系销量、增速、份额对比情况

图表 2007年2-12月全国轿车产量情况

图表 2007年2-12月北京轿车产量情况

图表 2007年2-12月天津轿车产量情况

图表 2007年2-12月吉林轿车产量情况

图表 2007年2-12月黑龙江轿车产量情况

图表 2007年2-12月辽宁轿车产量情况

图表 2007年2-12月上海轿车产量情况

图表 2007年2-12月江苏轿车产量情况

图表 2007年2-12月浙江轿车产量情况

图表 2007年2-12月安徽轿车产量情况

图表 2007年2-12月福建轿车产量情况

图表 2007年2-12月江西轿车产量情况

图表 2007年2-12月山东轿车产量情况

图表 2007年2-12月湖北轿车产量情况

图表 2007年2-12月湖南轿车产量情况

图表 2007年2-12月广东轿车产量情况

图表 2007年2-12月广西轿车产量情况

图表 2007年2-12月海南轿车产量情况

图表 2007年2-12月重庆轿车产量情况

图表 2007年2-12月云南轿车产量情况

图表 2007年2-12月陕西轿车产量情况

图表 2007年12月全国乘用车市场产量统计数据

图表 2007年12月全国乘用车市场销量统计数据

图表 2007年1-11月美国乘用车销量情况

图表 2007年1-11月美国各厂家销量排名

图表 2007年1-11月我国汽车整车出口情况

图表 2007年1-11月全国1.6-2.5L中级轿车销售排名情况

图表 2007年1-11月全国主要轿车企业销量排名情况

图表 2007年1-10月全国主要轿车企业销量排名情况

图表 2007年11月日本畅销乘用车排行榜

图表 2007年11月我国SUV销量前五位品牌排名

图表 2007年11月我国MPV销量前五位品牌排名

图表 2007年全国乘用车主要车型累计销量TOP10

图表 2007年我国汽车产销及增长情况

图表 2007年我国乘用车总销量及增长情况

图表 2007年全国乘用车产销情况

图表 2007年欧盟主要国家乘用车销量情况

图表 2007年我国乘用车市场分类产销及同比增长情况

图表 2007年我国乘用车细分市场市场占有率情况

图表 2007年我国乘用车细分市场的成长性分析

图表 2007年我国交叉型乘用车生产企业前三名销量

图表 2007年我国MPV市场发展情况

图表 2007年我国销量前十名的乘用车生产企业

图表 2007年我国汽车商品进出口情况

图表 2007年我国汽车商品进出口总值及同比增长情况

图表 2007-2008年我国乘用车各车系份额走势

图表 2007-2008年我国乘用车自主品牌在各细分市场的销量、增速、份额对比情况

图表 2007-2008年我国乘用车自主品牌在各细分市场的份额

图表 2007-2008年我国乘用车自主品牌在轿车各细分市场的份额

图表 2007-2008年日系车在我国乘用车各细分市场的份额

图表 2007-2008年德系车在我国乘用车各细分市场的份额

图表 2007-2008年韩系车在我国乘用车各车型市场的份额

图表 2006年我国乘用车产销量及增长情况

图表 2006年我国各类型乘用车销量情况

图表 2004-2020年我国乘用车和商用车保有量预测分析

图表 2004-2008年我国乘用车市场历史销量波动趋势图

图表 1999-2008年我国汽车产品进出口总额走势图

图表 1999 ~ 2006我国乘用车需求总量及增长率变化情况

图表 2010年我国不同排量轿车构成分析

图表 上海大众1.6版朗逸与竞争车型部分配置对比情况

图表 上海大众1.6版朗逸与竞争车型部分参数对比情况

图表 消费者选择多功能乘用车品牌的趋势分析

图表 MPV特性对购车行为的影响分析图表 消费者购买MVP的用途分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37968.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。