



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国MPV市场研究 年度报告（可按客户需求定制 ）

一、调研说明

《2007-2008年中国MPV市场研究年度报告（可按客户需求定制）》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/3810/>

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

一、行业发展环境分析 1

(一) 行业概述 1

1、行业定义及范围界定 1

2、MPV在国外的发展 1

3、MPV在中国的发展 2

(二) 经济分析 2

1、经济增长状况 2

2、固定资产投资状况 3

3、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 4

4、城镇人员就业状况 5

5、存贷款利率变化 6

6、财政收支状况 7

7、人民币汇率变化 9

(三) 社会人口分析 10

1、人口规模分析 10

2、年龄结构分析 10

3、学历结构分析 11

(四) 政策法律分析 12

1、汽车产业基本法规制度进一步完善 12

2、国三排放标准如期施行，节能减排势在必行 13

3、税制改革趋于清晰化和合理化 13

4、跨国公司加大对国内经销商控制，品牌销售管理办法引发争议 14

5、原油成品油经营权开放 14

6、《汽车侧面碰撞的乘员保护》和《乘用车后碰撞燃油系统安全要求》的颁布 14

7、《汽车产品回收利用技术政策》的发布 15

8、《缺陷汽车产品召回管理规定》的发布 15

(五) 技术分析 16

1、理念创新阶段 16

2、融合发展阶段 16

3、趋势展望 16

二、国际市场分析 18

(一) 国际市场现状 18

(二) 国际市场预测 18

(三) 克莱斯勒的MPV 19

三、国内市场分析 21

(一) 市场需求分析 21

1、消费者行为特征 21

2、市场规模 22

3、需求结构 22

(二) 供给能力分析 25

1、供应总量 25

2、供给结构 25

3、供需平衡分析 28

(三) 进出口分析 28

(四) 价格分析 29

(五) 国内区域市场 29

(六) 品牌市场结构 30

(七) 市场特征分析 31

1、宏观经济环境支撑多功能乘用车较高速发展 31

2、政策环境对多功能乘用车市场影响较大 31

3、新品大量投放市场 32

5、价格竞争更加微妙 32

9、4S模式并不是合理模式，渠道变革将不断深化 32

四、市场竞争分析 33

(一) 集中度分析 33

1、行业前四名市场占有率 33

2、集中度状态描述及趋势 33

(二) 价值链分析 34

- 1、内部价值链分析 34
- 2、外部价值链分析 34
- (三) 行业生命周期分析 35
 - 1、市场需求继续保持较快增长 36
 - 2、越来越多的厂家进入 36
 - 3、消费群体的转变 36
 - 4、经营状况 36
- (四) 替代产品分析 37
- (五) SWOT分析 37
 - 1、MPV市场内部的优势 37
 - 2、MPV市场内部的劣势 38
 - 3、MPV市场外部的机会 38
 - 4、MPV市场外部的威胁 38
 - 5、根据以上分析，MPV企业可以采取以下策略 39

五、主要厂商分析 40

- (一) 主要厂商市场份额 40
- (二) 主要厂商分析 41
 - 1、广州本田汽车有限公司 41
 - 2、安徽江淮汽车股份有限公司 42
 - 3、上海通用汽车有限公司 45
 - 4、东风汽车公司 50
 - 5、东风日产乘用车公司 55

六、市场发展趋势分析 59

- (一) 市场发展趋势 59
 - 1、家用MPV潜力巨大 59
 - 2、加强技术创新 59
 - 3、国际化趋势增强 59
- (二) 市场规模预测 60
 - 1、相关性分析 60
 - 2、相关变量预测 64

3、MPV销量预测 67

七、行业风险评价 68

(一) 宏观经济波动风险 68

- 1、宏观经济和居民收入对乘用车的发展起支撑作用 68
- 2、油价继续上涨对乘用车消费负面影响将逐步显著 68
- 3、消费环境恶化和使用成本增加抑制了部分消费 68

(二) 政策风险 68

- 1、燃油税等政策的影响 68
- 2、期待信贷再开放以刺激消费增长 69
- 3、《新能源汽车生产准入管理规则（征求意见稿）》发布 69
- 4、《汽车贸易政策》发布 69

(三) 供给风险 69

(四) 需求风险 70

(五) 价格风险 70

- 1、构建价格预警机制, 提早进行价格风险预测 70
- 2、物料价格波动时, 维持供应链稳定 71

(六) 财务风险 71

八、市场发展策略与建议 72

(一) 产品策略 72

(二) 价格策略 72

(三) 渠道策略 72

- 1、MPV厂商应继续加强与渠道商的合作, 发掘渠道潜力, 追求双赢 73
- 2、强化渠道效率与管理能力, 优化和整合渠道 73
- 3、降低渠道的成本, 实现渠道设计扁平化 73
- 4、重视品牌营销, 畅通沟通渠道 73

(四) 销售策略 74

- 1、针对消费者市场的形式, MPV厂商可采用下述销售策略 74
- 2、针对经销商的销售策略 74

(五) 服务策略 75

(六) 品牌策略 75

- 1、深化品牌合作 75
- 2、加速品牌创新 75
- (七) 市场投资机会与建议 76

表目录

- 表 1 MPV新品区域市场表现分析 30
- 表 2 近三年MPV市场主要企业销量情况 33
- 表 3 近三年MPV市场主要企业产量情况 33
- 表 4 行业各生命周期的特征 36
- 表 5 近三年MPV市场主要企业市场份额变化情况 40
- 表 6 权威机构对未来五年内GDP 的预测 65
- 表 7 2008年-2012年国内生产总值预测值 66
- 表 8 权威机构对未来五年内固定资产投资额的预测 66
- 表 9 2008年-2012年固定资产投资额预测值 67
- 表 10 2008年-2012年居民消费水平预测值 67
- 表 11 2008年-2012年MPV销量预测值 67

图目录

- 图 1 2002-2007年中国国内生产总值及增长情况 3
- 图 2 2002-2007年中国固定资产投资额及其增长情况 4
- 图 3 2002-2007年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 5
- 图 4 2004-2007年中国城镇就业人员数量 6
- 图 5 1997-2007年中国存款利率变动情况 7
- 图 6 1997-2007年中国贷款利率变动情况 7
- 图 7 2001-2007年中国财政收支状况 8
- 图 8 2002-2007年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重 9
- 图 9 2002-2006年中国财政收支结构 9
- 图 10 1986-2007年中国人口数量与增长率情况 10
- 图 11 2006年末中国人口年龄结构 11
- 图 12 2005年末中国学历结构 12
- 图 13 2003-2007年中国MPV市场销量及增长率变化情况 22
- 图 14 2007年按排量MPV需求结构 23

图 15 2007年按是否手动档MPV需求结构	24
图 16 2007年按燃料是否汽油MPV需求结构	24
图 17 2003-2007年中国MPV市场产量及增长率变化情况	25
图 18 2007年按排量MPV供给结构	26
图 19 2007年按是否手动档MPV供给结构	27
图 20 2007年按是否手动档MPV供给结构	27
图 21 2007年中国MPV市场主要企业产量情况	31
图 22 2007年中国MPV市场主要企业市场占有率	31
图 23 近三年MPV市场主要企业市场份额变化情况	41
图 24 2007年上半年与2006年上半年江淮汽车获利能力比较	43
图 25 2007年上半年与2006年上半年江淮汽车偿债能力比较	44
图 26 2007年上半年与2006年上半年江淮汽车营运能力比较	44
图 27 2007年上半年与2006年上半年江淮汽车发展能力比较	45
图 28 2007年上半年与2006年上半年东风汽车获利能力比较	53
图 29 2007年上半年与2006年上半年东风汽车偿债能力比较	53
图 30 2007年上半年与2006年上半年东风汽车营运能力比较	54
图 31 2007年上半年与2006年上半年东风汽车发展能力比较	55
图 32 MPV销量与GDP的散点图与相关图	61
图 33 MPV销量与固定资产投资额的散点图与相关图	62
图 34 MPV销量与居民消费水平的散点图与相关图	63

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/3810/>

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。