

# 2007-2008年中国基本型乘用车市场渠道研究报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007-2008年中国基本型乘用车市场渠道研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2631526315.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

摘要 《2007-2008年中国基本型乘用车市场渠道研究报告》首先从整个行业解读来2007年的汽车产销情况，并分厂商介绍了2007年国内产销前十的品牌销售情况。第二部分按照人均GDP、人均可支配收入、城市道路长度、城市公交车数量等与基本型乘用车相关的重点指标对国内的31个省市区域市场进行区域类别划分及评分，并对介绍国内10个城市的基本型乘用车市场现状及对城市车市做SWOT分析其前景。第三部分首先总结了目前国内厂商的渠道分地域分布特征，然后分别分厂商介绍其各自的渠道分布并突出其优势区域。最后一部分综合第二、三部分的市场竞争强度、市场大小、区域的品牌（厂商）偏好程度、区域的保健因素得分对车市的区域市场进行评分为厂商进行渠道拓展提供参考，并对基本型乘用车渠道变革进行相关分析。中国汽车工业正经历着一个快速的发展的时期。据中国汽车工业协会的统计，中国的基本型乘用车的产量从2002年的109.08万辆增长到2007年的495万辆，增长了385.92万辆，年复合增长率为35.33%。图表

2002-2007年中国基本型乘用车产量（单位：万辆）信息来源：中国汽车工业协会；整理：中国基本型乘用车渠道也有明显的区域特点。以深圳车市为例，深圳2004年的基本乘用车市场为6.73万辆，到2007年增长到13.13万辆，年复合增长率为24.95%。深圳汽车消费者影响因素前三位是价格35%、安全性26%，品牌20%，而关于油耗方面深圳消费者相对于其它城市如北京、上海、成都、广州而言表现的比较漠视，只占了4%。关于信息收集渠道而言深圳消费者表现着自己的特点，排在前三的分别是到4S店看车占33%、通过有经验朋友的介绍占27%以及试乘经历12%。图表

2005-2007年深圳轿车销量前十厂家情况单位：辆信息来源：深圳车行网研究中心整理目前国内共有三万多家汽车经销商，4S店占了其三分之一以上。就不完全统计了国内的二十一家基本乘用车生产厂商的分品牌或厂商的按照省市区域的经销商网点共7604家。根据国内厂商经销网点区域的分布数据，我们可以发现关于基本型乘用车的渠道特点：特点一、乘用车的经销商分布，过于集中于经济发达的省市区域；特点二、21家乘用车生产厂商的销售网络可以按照省市区域的相似性进行五类划分。第一、二类别的厂商品牌在经济发达地区网络分布较弱，而第三、四、五类别相对而言在经济发达地区较强；特点三、乘用车生产厂商与区域经销商之间的选择存在着明显的差异；特点四、经济落后地区的市场竞争程度明显高于经济发达地区。图表 广东、山东、江苏等8重点经济省市的基本乘用车经销商的百分比

信息来源：研究中心正文目录 第一章 2003-2007年中国基本型乘用车市场产销分析 61.1  
2003-2007年中国基本型乘用车产量分析 71.2 2003-2007年中国基本型乘用车销量分析 81.3  
2005-2007年中国基本型乘用车销量前十名企业分析 101.3.1 一汽大众 111.3.2上海大众 121.3.3上海通用 131.3.4奇瑞 141.3.5一汽丰田 151.3.6 东风日产 161.3.7广州本田 161.3.8 吉利 171.3.9 长安福特 181.3.10 神龙 19第二章  
2007年中国基本型乘用车销售重点区域分析 212.1 中国基本型乘用车市场的划分分析

212.1.1 基本型乘用车市场划分的依据	212.1.2 基本型乘用车市场区域类别的划分与分析
222.2 国内重点基本型乘用车城市市场分析	272.2.1 北京 272.2.2 上海 322.2.3 广州 352.2.4 深圳 392.2.5 成都 432.2.6 重庆 472.2.7 东莞 492.2.8 海口 512.2.9 福州 532.2.10 天津
55第三章 2007年中国基本型乘用车销售渠道分析	583.1 中国汽车的销售渠道总体分析
583.2 国内汽车渠道的特点分析	603.3 主要汽车厂商分销渠道分析
703.3.1 一汽大众	703.3.2 一汽丰田
723.3.3 上海大众	743.3.4 神龙汽车
773.3.5 上汽通用	793.3.6 东风日产
813.3.7 长安福特	833.3.8 奇瑞
853.3.9 吉利汽车	873.3.10 广州本田
893.3.11 北京现代	913.3.12 广东丰田
933.3.13 上海汽车	953.3.14 海南马自达
973.3.15 东南汽车	993.3.16 东风起亚悦达
1013.3.17 天津一汽	1033.3.18 比亚迪汽车
1053.3.19 华晨金杯	1073.3.20 长安汽车
1093.3.21 长安铃木	1113.3.22 南汽雅途
113第四章 汽车生产厂商渠道趋势分析	1164.1 基本型乘用车区域市场渠道拓展策略分析
1164.2 汽车销售渠道变革分析	122
部分图表目 录	图表 2002-2007年中国基本型乘用车产量 7图表
2002年-2007年中国基本型乘用车市场规模	8图表
2005-2007年中国轿车销量前10名企业销售情况	10图表
一汽大众2007年1-11月分车型生产销售情况	11图表
上海大众2007年1-11月分车型生产销售情况	12图表
上海通用2007年1-11月分车型生产销售情况	13图表
奇瑞2007年1-11月分车型生产销售情况	14图表
一汽丰田2007年1-11月分车型生产销售情况	15图表
东风日产2007年1-11月分车型生产销售情况	16图表
广州本田2007年1-11月分车型生产销售情况	16图表
吉利2007年1-11月分车型生产销售情况	17图表
长安福特2007年1-11月分车型生产销售情况	18图表
神龙2007年1-11月分车型生产销售情况	19图表
国内31个省市区域重点指标	23图表
区域综合指标的因子载荷	24图表
国内31省市综合指标得分及分类情况	25图表
2005-2007年北京基本乘用车销量	27图表
北京汽车消费者年龄结构百分比	28图表
北京汽车消费者购车看重因素的百分比结构	29图表
北京汽车消费者信息来源渠道百分比构成	30图表
北京汽车购买决策者百分比构成	30图表
北京车市SWOT分析	31图表
上海汽车消费者年龄结构百分比	32图表
上海汽车购买决策者百分比构成	33图表
上海汽车消费者购车看重因素的百分比结构	33图表
上海汽车消费者信息来源渠道百分比构成	34图表
上海车市SWOT分析	34图表
2002-2007年广州基本乘用车消费情况	35图表
广州汽车消费者购车看重因素的百分比结构	36图表
广州基本乘用车市场销售前十排名	37图表
广州汽车消费者年龄结构百分比	37图表
广州汽车购买决策者百分比构成	38图表
广州汽车消费者信息来源渠道百分比构成	38图表
广州车市SWOT分析	38图表
2004-2007年深圳基本乘用车消费情况	40图表
2004-2007年深圳轿车销量前10品牌情况	40图表
2005-2007年深圳轿车销量前十厂家情况	41图表
深圳汽车购买决策者百分比构成	41图表
深圳汽车消费者购车影响因素百分比构成	

42图表 深圳汽车消费者信息收集渠道百分比构成	42图表 深圳车市SWOT分析	42图表
2006-2007年成都乘用车消费情况	43图表 成都汽车消费者年龄结构百分比	44图表
成都汽车购买决策者百分比构成	45图表 成都汽车消费者购车看重因素的百分比结构	45图表
成都汽车消费者信息来源渠道百分比构成	46图表 成都车市SWOT分析	46图表
2005-2007年重庆乘用车消费情况	47图表 重庆车市SWOT分析	48图表
2005-2007年东莞乘用车消费情况	49图表 2007年东莞汽车销售前十厂商及其销量	50图表
2007年东莞汽车销售前十品牌及其销量	50图表 东莞车市SWOT分析	51图表
2005-2007年海口乘用车销量情况	51图表 海口车市SWOT分析	52图表
福州2004-2007年乘用车销量	53图表 福州车市SWOT分析	54图表
2005-2007年天津乘用车消费情况	55图表 天津车市SWOT分析	56图表
国内基本乘用车分厂商(品牌)分省市区域经销网点情况(一)		60图表
国内基本乘用车分厂商(品牌)分省市区域经销网点情况(二)		62图表
国内基本乘用车分厂商(品牌)分省市区域经销网点情况(三)		63图表
国内基本乘用车分厂商(品牌)分省市区域经销网点情况(四)		65图表
广东、山东、江苏等8重点经济省市的基本乘用车经销商的百分比		67图表
基本乘用车生产厂商的销售网络按照省市区域的种类划分		67图表
基本乘用车厂商的区域偏好得分	68图表 基本乘用车地域的厂商得分情况	69图表
一汽大众分品牌经销商情况	70图表 一汽大众重点区域的经销店的渠道百分比结构	71图表
一汽丰田按照区域的经销商分布情况	72图表 一汽丰田重点区域的经销店的渠道百分比结构	74图表
	74图表 上海大众按照区域的经销商划分情况	74图表
上海大众重点区域经销商占总体的百分比构成		76图表
斯柯达重点经济区域经销网络数量及其百分比	76图表 神龙汽车分品牌分销商情况	77图表
神龙汽车重点区域经销商占其总体百分比构成	79图表 上海通用按照品牌经销商情况	79图表
上海通用重点区域经销商占其总体百分比构成	81图表 东风日产经销商分布情况	81图表
东风日产重点区域经销商占其总体百分比构成	83图表 长安福特经销商分布情况	83图表
长安福特重点区域经销商占其总体百分比构成	85图表 奇瑞经销商分布情况	85图表
奇瑞重点区域经销商占其总体百分比构成	87图表 吉利汽车经销商分布情况	87图表
吉利汽车重点区域经销商占其总体百分比构成	88图表 广州本田经销商分布情况	89图表
广州本田重点区域经销商占其总体百分比构成		91图表
北京现代经销网络地域分布及百分比情况		91图表
北京现代在重点区域经销网络数量及其占总体百分比构成		93图表
广东丰田分区域经销网络数量及百分比构成情况		93图表
广东丰田在重点区域经销商网络数量及其百分比构成		95图表
上汽荣威分区域经销网络数量及百分比构成情况		95图表
上汽荣威重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构		97图表

海南马自达区域经销网络数量及百分比构成情况	97图表
海南马自达重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	99图表
东南汽车区域经销网络数量及百分比构成情况	99图表
东南汽车重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	101图表
东风起亚悦达区域经销网络数量及百分比构成情况	101图表
东风起亚悦达重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	103图表
天津一汽区域经销网络数量及百分比构成情况	103图表
天津一汽重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	105图表
比亚迪区域经销网络数量及百分比构成情况	105图表
比亚迪汽车重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	107图表
华晨金杯区域经销网络数量及百分比构成情况	107图表
华晨金杯重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	109图表
长安汽车区域经销网络数量及百分比构成情况	109图表
长安汽车重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	111图表
长安铃木区域经销网络数量及百分比构成情况	111图表
长安铃木重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	113图表
上汽雅途区域经销网络数量及百分比构成情况	113图表
上汽雅途重点区域经销网络数量及占总经销网络的百分比结构	115图表
国内市场趋于相对竞争强度情况 116图表	中国基本型乘用车分省市前十销售量及市场份额 118图表
基本乘用车分地区的市场销售量、市场份额、增长速度情况	119图表
基本型乘用车区域渠道拓展分区域各因素指标得分情况	120

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2631526315.html>