

中国汽车市场市场专项调研及盈利空间预测报告(2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国汽车市场市场专项调研及盈利空间预测报告(2012-2016)》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/qiche/140552140552.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2007-2011年我国汽车产量保持5连增的良好势头，09年汽车产量突破1000万辆，同比增长达48.3%；2010年我国汽车产量超过1800万辆，2011年汽车产量同比涨幅回落，年度产量为1841.89万辆。

统计数据显示，中国机动车市场发展迅猛，截至2011年底，全国机动车保有量为2.25亿辆，其中汽车达到1.06亿辆；全国机动车驾驶人达2.36亿人。

《中国汽车市场市场专项调研及盈利空间预测报告(2012-2016)》立足于汽车市场发展现状分析，通过对汽车行业环境、汽车产业链、汽车市场供需、汽车价格、汽车生产企业的详尽分析，以使企业和投资者达到对汽车产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使企业和投资者把握汽车未来的市场发展趋势，我中心还对汽车行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

目 录

第一章 2011年全球化的中国汽车市场运行状况分析 1

第一节 2011年中国汽车工业总体评述 1

一、2011年世界各国汽车市场销量 1

二、中国汽车市场的压力是世界环境和中国发展模式调整的共同体现 5

三、消费税调整后的微车高增长尚不代表小排量车压力化解 5

四、自主品牌的发展恶化需要引起高度关注 6

五、汽车行业内外购并的机会越来越大 6

第二节 近几年中国汽车制造业运行数据分析 7

一、2007-2011年中国汽车产量情况 7

二、2011年中国汽车的保有量情况 7

三、近三年中国汽车市场销售情况 8

四、2007-2011年汽车制造业经济指标监测 9

五、2011年汽车制造业收入前十家企业 10

第三节 2011年中国乘用车品牌总体走势分析 12

一、自主品牌乘用车销量分析 12

二、微型轿车主力品牌表现 14

三、小型车市场走势 17

四、2012年4月紧凑型车销量排行 26

五、中高级车大打市场争夺战 自主品牌陷入销售危机 27

六、B级豪华车总体仍保持较快增长态势 28

七、2012年1季度国产MPV市场分析 30

八、高端车型成SUV增长动力新动力 32

九、微客的农村市场需求日益增强 33

第四节 2011年中国汽车行业市场运行分析 34

一、中国汽车自主品牌发展情况分析 34

二、国内的汽车供给将进入过剩时代 38

三、商用车及轿车市场竞争分析 39

第二章 2011年中国汽车市场运行环境解析 41

第一节 国内宏观经济环境分析 41

一、GDP历史变动轨迹分析 41

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 48

三、2012年中国经济发展预测分析 50

第二节 2011年中国汽车市场运行政策环境分析 53

一、《汽车产业振兴计划》影响深度剖析 53

二、汽车关税政策 55

三、取消不合理收费及地方保护措施 55

四、鼓励汽车消费的政策制订 55

五、燃油税政策的影响 56

第三节 2011年中国汽车市场运行社会环境分析 57

一、环境保护备受重视 57

二、能源短缺，国内石油需求加大 59

三、中国发展节能和新能源汽车迫在眉睫 59

四、节能和新能源汽车日渐受到青睐 59

第四节 2011年中国汽车市场运行技术环境分析 61

一、自主研发是提高竞争力的必由之路 61

二、新产品、新技术 62

三、代用燃料技术 62

第三章 2011年中国农村汽车市场运行分析 68

第一节 2011年我国农村汽车市场发展状况分析 68

一、我国农村汽车市场运行数据分析 68

二、我国农村汽车市场消费量分析 69

三、我国农村汽车市场运行特点分析 69

四、我国农村汽车市场汽车产品结构分析 70

五、我国农村汽车市场主要消费车型分析 71

六、我国农村汽车市场发展趋势分析 71

第二节 2011年我国农村汽车市场主要车型销售数据分析 72

一、我国农村三轮汽车销售量分析 72

二、我国农村低速货车销售量分析 73

三、我国农村轻型载货车销售量分析 73

四、我国农村微型客车销售量分析 73

五、我国农村轻型卡车销售量分析 74

六、我国农村微型卡车销售量分析 74

七、我国农村汽车市场产销预测 74

第三节 2011年我国农村汽车市场面临的发展机遇与问题 75

一、国家“十二五”规划给农村发展汽车提供了发展的机遇 75

二、中央新农村政策将扩大农村汽车市场的需求 76

三、2011年燃油税和汽车产业振兴规划的实施进一步削弱低速汽车的价格优势 77

四、汽车下乡将加速农村汽车市场的发展 78

五、国家政策实施过程中可能遇到的实际问题 80

第四章 汽车下乡对我国汽车市场发展带来的影响 82

第一节 汽车下乡主要的受益自主品牌汽车企业分析 82

一、长安汽车简介及其发展计划 82

二、江淮汽车简介及其发展计划 83

三、东风汽车简介及其发展计划 85

四、福田汽车简介及其发展计划 86

五、重庆力帆简介及其发展计划 87

六、哈飞汽车简介及其发展计划 88

七、吉利汽车简介及其发展计划 89

八、上汽通用五菱简介及其发展计划 90

第二节 汽车下乡销售渠道的搭建 91

第三节 汽车下乡营销方式的选择 92

第四节 汽车下乡物流配送系统的建设 94

第五节 汽车下乡售后服务体系的建立 95

第六节 汽车下乡为我国民族汽车企业带来发展机遇 95

第五章 2011年新能源汽车产业相关概述及细分产品市场运营情况分析 99

第一节 新能源汽车的分类 99

一、混合动力汽车 (HEV) 99

二、纯电动汽车 (BEV) 100

三、燃料电池汽车 (FCEV) 101

四、氢发动机汽车 102

五、燃气汽车 103

六、醇醚汽车 104

第二节 车用替代燃料的简述 106

一、煤直接液化和煤间接液化合成油 106

二、甲醇 107

三、二甲醚 (DME) 111

四、生物质燃料 112

第三节 中国新能源汽车产业细分产品市场运营情况 113

一、纯电动汽车 113

1、中国纯电动汽车发展综述 113

2、2011年中国纯电动汽车技术动态 114

3、中国发展纯电动汽车的瓶颈 116

4、中国纯电动汽车产业化存在的问题及策略 119

二、混合动力汽车 123

1、2011年中国混合动力车的发展 123

2、2011年中国混合动力汽车技术研究 123

3、2011年中国混合动力汽车存在的问题及策略 124

4、混合动力车的前景及趋势 126

三、燃料电池电动汽车 128

1、中国燃料电池汽车取得长足发展 128

2、中国燃料电池城市大客车可望率先实现产业化 128

3、燃料电池汽车的前景 129

第四节 中国新能源发展目标 130

一、调整汽车产品结构 130

二、采用节能技术 130

三、我国发展新能源汽车的目标 131

第六章 节能与新能源汽车推广试点城市及市场运行状况分析 133

第一节 国家确定的十三个试点城市（北京、上海、重庆、深圳、武汉、济南、杭州、大连、长沙、长春、合肥、昆明、南昌） 133

第二节 试点城市2011年汽车市场消费量分析 133

第三节 试点城市2011年汽车销售市场特征分析 134

第四节 试点城市汽车市场竞争格局分析 135

第五节 试点城市2011年汽车产业发展趋势分析 137

第七章 汽车产业振兴规划及各国新能源汽车发展战略分析 143

第一节 我国汽车产业振兴规划重点方面 143

一、培育汽车消费市场 143

二、推进汽车产业重组 143

三、支持企业自主创新和技术改造 143

四、实施新能源汽车战略 143

五、支持汽车生产企业发展自主品牌 144

第二节 我国汽车发展战略分析 144

一、第一阶段节能汽车 144

二、第二阶段混合动力汽车 144

三、第三阶段电动汽车 145

四、第四阶段燃油电器车 146

第三节 美国新能源汽车发展战略分析 146

一、第一个阶段是节能汽车 146

二、第二个阶段是混合动力及电动汽车 146

三、第三个阶段是燃油电器汽车 148

第四节 日本新能源汽车发展战略分析 148

一、第一个阶段是小型电动汽车 148

二、第二个阶段是混合动力汽车 148

三、第三个阶段是燃料电器汽车 149

第八章 金融危机对汽车行业发展带来的影响 151

第一节 金融危机下我国汽车行业发展机遇 151

一、金融危机对国外汽车企业的影响 151

二、我国汽车企业在危机中具有竞争优势 151

三、金融危机导致部分经营不善的汽车企业退出市场 152

四、金融危机给我国汽车企业的经营管理能力提升带来机遇 153

五、金融危机为我国汽车企业提供了并购国外企业的机会 153

六、金融危机下国家汽车振兴计划给汽车企业带来的机遇 154

七、汽车企业如何从危机中把握市场机遇 154

第二节 金融危机下我国汽车行业市场风险 156

- 一、国际同业竞争风险 156
- 二、国内同业竞争风险 156
- 三、国家产业政策现状及变动影响 156
- 四、金融市场风险 157
- 五、技术市场风险 157
- 六、人力资源风险 157
- 七、宏观经济周期风险 158
- 八、行业发展中的不确定性因素 158

第九章 2011年中国汽车行业总体投资情况分析 159

第一节 2011年中国汽车行业投资特性分析 159

- 一、中国汽车行业结构性增长分析 159
- 二、汽车产品在中国生命周期定位分析 160
- 三、中国汽车行业盈利性分析 161
- 四、中国汽车行业进入壁垒分析 162
- 五、中国汽车行业投资风险分析 164

第二节 2011年中国汽车行业投资状况分析 165

- 一、投资效益及存在问题分析 165
- 二、汽车行业投资策略分析 167

第三节 2012-2016年中国汽车行业投资风险分析 167

- 一、市场风险分析 167
- 二、政策风险分析 168
- 三、经营风险分析 168

第十章 2012-2016年中国汽车产业发展的总体趋势分析 169

第一节 2012-2016年中国汽车企业走势总体分析 169

- 一、跨国集团狭义乘用车市场的日系表现突出（主要有丰田、日产和本田） 169
- 二、四大集团的销售表现出现分化（一汽、东风、上汽和长安） 170
- 三、三小集团的走势均同比下滑（广汽集团、北汽和长安） 173
- 四、自主品牌独立车企的标兵企业走势分析（主要有比亚迪、吉利、奇瑞、江淮和哈飞） 174

第二节 2012-2016年中国汽车市场生产与消费趋势分析 177

- 一、节能与新能源汽车的需求不断增长 177
- 二、自主品牌汽车的份额继续扩大 178
- 三、经济型家用轿车市场经济进一步激烈化 178

第三节 2012-2016年中国汽车市场产品发展趋势分析 179

一、外观设计的重要性上升 179

二、微型轿车将成为新的市场增长点 179

三、网络型的多媒体汽车是主流趋势 179

第四节 2012-2016年中国汽车行业技术创新趋势分析 180

第五节 2012-2016年中国汽车市场发展预测分析 184

一、中国汽车工业各项指标预测分析 184

二、中国汽车市场供需状况预测分析 184

三、中国二手车交易状况预测分析 185

四、中国专用车市场供需状况预测分析 185

五、中国MPV市场供需状况预测分析 186

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/140552140552.html>