

2009-2012年中国中级车（轿车）行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国中级车（轿车）行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/qitaqiche/5620356203.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200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

2009年4月，乘用车销售83.1万辆，环比增长7.59%，同比增长37.37%，刷新了3月销售77.24万辆的历史最高纪录。1.6升及以下轿车、交叉型乘用车已连续4个月呈现稳步增长，其中交叉型乘用车销量环比增速超过70%。2009年前4个月轿车产销增幅仅次于交叉型乘用车，实现了两位数增长，销量突破200万辆。4月份轿车共销售59.15万辆，环比增长8.34%，同比增长33.04%；MPV车型销售1.95万辆，环比下降3.54%，同比下降4.05%；SUV车型销售4.84万辆，环比增长19.27%，同比增长22.55%；交叉型乘用车(微型客车)销售17.16万辆，环比增长3.62%，同比增长70.66%。1-4月，国产轿车销售200.7万辆，同比增长10.35%，其中自主品牌轿车共销售59.85万辆，占轿车销售总量的29.82%，继续在2009年保持第一；日系、德系、美系、韩系和法系轿车分别销售50.51万辆、39.48万辆、24.52万辆、18.93万辆和7.4万辆。在企业 and 车型的具体表现方面，4月份销量排名前十位的轿车生产企业依次为：上海大众、一汽大众、上海通用、北京现代、东风日产、奇瑞、比亚迪、一汽丰田、广州本田和长安福特。4月份轿车销量排名前十位的品牌依次是：凯越、悦动、捷达、F3、桑塔纳、伊兰特、QQ、夏利、雅阁和凯美瑞，上述十个品牌共销售17.58万辆，占轿车销售总量的30%。在4月车市取得了新产销奇迹的前提下，这股热销潮在5月将得到延续，而且很有可能再创新高，2009年第2季度一定是个销售旺季。随着国产汽车产销量连续创出历史新高，汽车业整体进一步回暖，中国汽车工业协会上调2009年国产汽车的产销目标至1020万辆，比年初增加约35万辆，同比增幅由年初的5%上调至8%。

2008年是跌宕起伏的一年，对于汽车行业来说充满众多的变数和曲折，尤其是在下半年遭遇前所未有的寒潮。受全球经济危机的影响，未来整个汽车行业的产销量将会进一步放缓，主要增长潜力将会瞄准适合中级市场，其中中级车依然是销量最大的汽车市场。整个车市将越来越细分，消费者会更加理性，整体车市的降价依然不可避免，但由于中级车利润空间不断压缩，车价的下降幅度会越来越小。传统的中级车主流地位不会动摇，所以小型车和新能源车成为主流还为时过早，市场的中流砥柱是中级车。得中级车者得天下，这已经是车市毋庸置疑的结论。这不仅表现在销量方面，而且体现在品牌的影响力上。从2009年车市环境来看，中级车型竞争愈演愈烈。在整体形势严峻的大背景下，轩逸、新宝来、卡罗拉、福克斯和307等车型经过了市场的洗礼，局势渐趋稳定。预计，今后相当长的时间内，中级车市场依然是潜在消费群体最多，同时也是竞争最激烈的市场，而各大厂家也必然会在这一细分市场引进更多的车型。在中端中级轿车市场，目前会聚了较多的品牌，包括轩逸、宝来、速腾、卡罗拉、标致307等车型。凯越、思域等已经完成了改款的步骤，进入了销售的平缓期，而速腾、卡罗拉、307等销售已久的车型并没还有准备进入更新换代的迹象。未来中级车市的竞争将从车型、款式、豪华性的比拼逐渐演变到外观设计、价格、售后服务以及科技性的针锋相对，中级轿车将更美观、更具性价比、更有保障和更科技化。

可以预想到日后的中级车市场毕竟是更为激烈的竞争战场。

本研究咨询报告由华经视点咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、中国汽车工业协会、乘用车信息联席会、《中国汽车报》、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及相关研究单位等公布和提供的大量资料，对我国中级车的发展现状、市场需求状况、销售渠道、市场竞争格局、企业产销情况等进行详细的分析。本报告内容丰富、翔实，在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，对我国中级车行业“十一五”间发展趋势进行了深入分析预测，揭示了中级车行业新的发展机会和发展策略，以及当前面临问题的解决方案，有助于企业准确了解目前中级车行业发展动态，把握中级车行业发展方向，为企业经营决策提供重要的参考依据。

【 报告目录 】

第一部分 行业发展现状

第一章 全球轿车市场分析 1

第一节 2009年1季度全球汽车市场分析 1

一、2009年全球汽车产业格局的变迁 1

二、2009年1季度全球汽车销量分析 2

三、2009年1月份全球轿车销量分析 5

四、2009年1季度国际车企利润情况 5

五、2009年1季度零部件企业的利润 8

第二节 2009年1-4月全球汽车工业产销数据 9

一、2009年1-4月中国汽车工业产销数据 9

二、2009年1-4月主要国家汽车产销数据 9

三、2009年1-4月全球汽车巨头产销数据 10

四、2009年4月五国汽车销售情况及车市刺激计划 12

第三节 2009年全球轿车产销预测 13

一、2009年全球轿车产量预测 13

二、2009年全球汽车销量预测 13

三、通用预测的2009年全球汽车销量 14

四、宝马预测的2009年全球汽车销量 15

第二章 主要国家地区轿车市场分析 16

第一节 英国轿车市场分析 16

- 一、2008年英国汽车销量分析 16
- 二、2008年英国轿车产量分析 18
- 三、2009年1季度英国汽车产量分析 18
- 四、2009年1季度英国汽车销量分析 18
- 第二节 德国轿车市场分析 22
 - 一、2009年德国轿车消费补贴政策效果 22
 - 二、2009年1季度德国汽车注册量情况 23
 - 三、2009年1季度德国汽车的产销情况 23
 - 四、2009年德国新车销量预测 24
- 第三节 日本轿车市场分析 25
 - 一、日本汽车工业发展研究及借鉴 25
 - 二、2009年日本汽车工业预算及业绩 28
 - 三、2009年日本汽车销量分析及预测 30
 - 四、2009年日本汽车出口及海外市场 34
- 第四节 美国轿车市场分析 36
 - 一、2009年美国汽车行业发展分析 36
 - 二、2008年美国轿车销量情况分析 37
 - 三、2009年1-4月美国轿车的销量 44
 - 四、2009年美国汽车行业发展预测 46
- 第五节 俄罗斯轿车市场分析 48
 - 一、2008年俄罗斯轿车销量分析 48
 - 二、2009年1季度俄罗斯轿车进口分析 51
 - 三、2009年1季度俄罗斯轿车产销分析 52
 - 四、2009年俄罗斯轿车市场发展预测 55
- 第六节 韩国轿车市场分析 57
 - 一、2009年韩国汽车行业发展分析 57
 - 二、2009年1-4月韩国汽车产量分析 59
 - 三、2009年1季度韩国汽车出口分析 59
 - 四、2009年韩国轿车行业发展预测 60
- 第七节 其他国家轿车市场分析 61
 - 一、2009年法国轿车市场分析 61
 - 二、2009年印度汽车市场分析 64
 - 三、2009年越南汽车市场分析 66
 - 四、2008年澳大利亚汽车市场 67

第三章 中国汽车行业发展分析	74
第一节 中国汽车工业发展分析	74
一、改革开放30年民族汽车工业的发展	74
二、2008年中国汽车行业回顾及其展望	75
三、2009年1-5月我国汽车产销情况分析	85
四、2009年1-4月汽车细分市场产销分析	87
五、2008-2009年汽车制造经济运行分析	91
六、2008-2009年我国汽车产量数据分析	98
七、2009年我国汽车工业产销目标	126
第二节 汽车零部件行业分析	127
一、我国汽车零部件行业现状分	

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitaqiche/5620356203.html>