

2015-2022年中国轿车行业 市场分析及投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2022年中国轿车行业市场分析及投资机遇研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201509/28-189589.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

轿车特指区别于货车、皮卡、SUV、大巴、中巴的小型汽车，俗称为“小轿车”。按照中国大陆标准划分为：微型轿车（排量/1L以下）、普通级轿车（排量为1.0-1.6L）、中级轿车（排量为1.6-2.5L）、中高级轿车（排量为2.5-4.0L）、高级轿车（排量为4L以上）。轿车工业经历了从单件生产到大量生产方式，然后发展到精益生产方式，最后形成现代全球智能化生产方式。2013年乘用车增长主要由轿车和运动型多用途乘用车（SUV）拉动，其中轿车销量完成1200.97万辆，比上年增长11.8%，对乘用车增长贡献度为47.2%；2014年1-4月，基本型乘用车（轿车）产销410.42万辆和414.64万辆，同比增长3.76%和4.88%。国内轿车市场上，排名前列的车企多为一汽大众、上海通用、上海大众、东风日产、北京现代、一汽丰田等合资企业。奇瑞、比亚迪等自主品牌企业近年来表现抢眼，成为市场新锐。

中国轿车市场空间巨大。在中央刺激本土消费以推动经济增长的基础下，内地汽车需求已进入长期增长趋势。加上市民财富增加，乡镇人口上升，持续推动轿车需求。随着我国宏观经济的不断向好，我国城镇居民的人均可支配收入在今后几年应该可以维持一个较高的水平。可以预计未来的很长一段时间内我国轿车需求依然强劲。

报告目录：

第一章 轿车简介

1.1 汽车概述

1.1.1 汽车的定义

1.1.2 汽车的基本构造

1.1.3 汽车的分类

1.1.4 汽车车身的演变

1.1.5 国产汽车产品型号编制规则

1.2 轿车介绍

1.2.1 轿车的定义

1.2.2 国外轿车分类

1.2.3 国内轿车分类

第二章 2012-2014年汽车行业发展分析

2.1 2012-2014年国际汽车行业发展概况

2.1.1 国际汽车工业发展变化特征

- 2.1.2 2012年世界汽车工业发展状况
- 2.1.3 2013年世界汽车工业发展状况
- 2.1.4 2014年世界汽车工业发展态势
- 2.2 中国汽车行业发展概况
 - 2.2.1 中国汽车行业发展历程回顾
 - 2.2.2 中国已成国际最大的汽车市场
 - 2.2.3 “十一五”时期中国汽车工业发展综述
 - 2.2.4 中国汽车产业自主品牌发展分析
- 2.3 2012-2014年中国汽车行业发展分析
 - 2.3.1 2012年中国汽车行业发展分析
 - 2.3.2 2013年中国汽车工业运行状况
 - 2.3.3 2014年中国汽车工业运行现状
- 2.4 中国汽车业发展存在的问题
 - 2.4.1 中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈
 - 2.4.2 中国汽车市场存在的主要问题
 - 2.4.3 中国汽车产业仍大大而不强
 - 2.4.4 中国汽车行业品牌国际化存在的不足
- 2.5 中国汽车业的发展对策
 - 2.5.1 促进汽车消费市场发展的措施建议
 - 2.5.2 中国汽车行业品牌国际化的对策建议
 - 2.5.3 中国汽车行业可持续发展的措施
 - 2.5.4 中国新能源汽车产业化发展建议
 - 2.5.5 汽车产业未来发展应遵循的方向

第三章 2012-2014年国际轿车行业发展分析

- 3.1 2012-2014年世界轿车行业概况
 - 3.1.1 节能环保小型车畅销国外轿车市场
 - 3.1.2 世界轿车市场畅销排名分析
 - 3.1.3 欧盟轿车市场价格运行概述
 - 3.1.4 国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场
 - 3.1.5 全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用
- 3.2 美国

- 3.2.1 2012年美国轿车市场销量概况
- 3.2.2 2013年美国轿车市场销量概况
- 3.2.3 2014年美国轿车市场最新销量概况
- 3.3 德国
 - 3.3.1 2012年德国轿车行业发展概况
 - 3.3.2 2013年德国轿车行业发展概况
 - 3.3.3 2014年德国轿车行业最新发展概况
- 3.4 日本
 - 3.4.1 日本轿车销量首跌
 - 3.4.2 日本轿车全球市场销售状况
 - 3.4.3 日系轿车在华市场份额减少的原因分析
 - 3.4.4 日本轿车市场销售排名概况
- 3.5 俄罗斯
 - 3.5.1 2012年俄罗斯轿车行业产销概况
 - 3.5.2 2012年俄罗斯轿车进出口概况
 - 3.5.3 2013年俄罗斯轿车行业产销概况
 - 3.5.4 2014年俄罗斯轿车行业最新产销概况

第四章 2012-2014年中国轿车行业状况

- 4.1 中国轿车行业概况
 - 4.1.1 中国轿车行业发展历程
 - 4.1.2 我国轿车行业运行综况
 - 4.1.3 中国轿车市场从透支到正常的变化分析
 - 4.1.4 国家节能汽车补贴政策对轿车行业的影响分析
 - 4.1.5 中国轿车市场品牌结构分析
- 4.2 2012-2014年中国轿车市场发展分析
 - 4.2.1 2012年中国轿车行业发展状况
 - 4.2.2 2012年中国轿车市场走势分析
 - 4.2.3 2013年中国轿车行业发展状况
 - 4.2.4 2014年中国轿车行业发展态势
- 4.3 2012-2014年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析
 - 4.3.1 2012年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

- 4.3.2 2013年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析
- 4.3.3 2014年1-4月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析
- 4.4 2012-2014年中国轿车市场消费分析
 - 4.4.1 中国轿车市场的消费形势变化分析
 - 4.4.2 影响轿车消费的主要因素
 - 4.4.3 我国轿车市场消费者需求调查分析
 - 4.4.4 对中国轿车消费市场的建议
- 4.5 价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读
 - 4.5.1 价值分析方法
 - 4.5.2 价值分析对轿车国产化的用途分析
 - 4.5.3 轿车国产化项目的价值分析过程解读
- 4.6 中国轿车业发展存在的问题与对策分析
 - 4.6.1 中国轿车产业发展过程中存在的问题
 - 4.6.2 中国轿车服务体系存在不足
 - 4.6.3 中国轿车存在轮胎安全隐患
 - 4.6.4 中国轿车产业发展策略建议
 - 4.6.5 促进轿车产业价值链发展的战略对策
 - 4.6.6 对自主品牌企业未来发展的几点建议

第五章 2012-2014年微型轿车发展分析

- 5.1 微型轿车概述
 - 5.1.1 微型轿车的历史地位
 - 5.1.2 微型轿车的优势
 - 5.1.3 微轿市场在车型升级中升温
 - 5.1.4 我国微型轿车市场运动化态势明显
- 5.2 2012-2014年中国微型轿车发展分析
 - 5.2.1 2012年我国微型轿车市场发展走势
 - 5.2.2 2012年微型轿车市场自主品牌概况
 - 5.2.3 2013年我国微型轿车市场发展分析
 - 5.2.4 2014年我国微型轿车市场发展走势
- 5.3 电动微型轿车的相关分析
 - 5.3.1 电动微型轿车应时而生

- 5.3.2 全面提高电动微型轿车的质量与性能
- 5.3.3 国家应全力支持电动微型轿车发展
- 5.3.4 电动微型轿车将走向世界
- 5.4 中国微型轿车面临的压力
 - 5.4.1 成本压力
 - 5.4.2 配套压力
 - 5.4.3 产品压力
 - 5.4.4 品牌压力
 - 5.4.5 竞争压力
- 5.5 微型轿车发展对策及前景趋势
 - 5.5.1 中国微型轿车企业发展对策
 - 5.5.2 微型轿车将走俏市场
 - 5.5.3 微型电动轿车前景广阔

第六章 2012-2014年经济型轿车发展分析

- 6.1 经济型轿车概述
 - 6.1.1 经济型轿车定义及分类
 - 6.1.2 经济型轿车主要特征
 - 6.1.3 经济型轿车受市场青睐的原因
 - 6.1.4 发展经济型轿车的意义
 - 6.1.5 经济型轿车发展模式选择分析
- 6.2 中国经济型轿车行业发展分析
 - 6.2.1 中国经济型轿车发展态势
 - 6.2.2 中国经济型车市场的裂变分析
 - 6.2.3 2012年中国经济型轿车市场分析
 - 6.2.4 2013年中国经济型轿车市场分析
 - 6.2.5 2014年中国经济型轿车市场形势分析
- 6.3 阻碍中国经济型轿车发展的几大因素
 - 6.3.1 经济型轿车质量有待提高
 - 6.3.2 消费观念影响经济型轿车的发展
 - 6.3.3 基础配套设施问题
- 6.4 中国经济型轿车发展前景及趋势

- 6.4.1 油价上涨促进经济型轿车的销售
- 6.4.2 未来经济型轿车市场发展趋势
- 6.4.3 未来经济型轿车将成为轿车市场消费主流

第七章 2012-2014年其他轿车细分市场分析

- 7.1 2012-2014年豪华轿车发展分析
 - 7.1.1 豪华轿车应满足的条件
 - 7.1.2 2012年我国高档轿车市场分析
 - 7.1.3 2013年国产豪华轿车市场分析
 - 7.1.4 2014年国产豪华轿车市场动态分析
 - 7.1.5 中国成为德国高档轿车全球最大市场
- 7.2 2012-2014年中高级轿车市场运行状况
 - 7.2.2 2012年国内中高级轿车市场运行分析
 - 7.2.3 2013年我国中高级轿车市场运行分析
 - 7.2.4 2014年我国中高级轿车市场运行态势分析
- 7.3 中高级轿车发展趋势
 - 7.3.1 未来中高级轿车仍以合资产品为主
 - 7.3.2 性价比提升是中高级轿车发展趋势
 - 7.3.3 中高级轿车未来发展方向
 - 7.3.4 现代中高级轿车技术发展趋势

第八章 中国轿车行业进出口分析

- 8.1 中国轿车行业进出口状况分析
 - 8.1.1 2012年中国轿车行业进出口数据
 - 8.1.2 2013年中国轿车行业进出口数据
 - 8.1.3 2014年1-4月中国轿车行业进出口数据
- 8.2 中国自主品牌轿车出口分析
 - 8.2.1 中国自主品牌轿车出口特点
 - 8.2.2 自主品牌轿车出口概况
 - 8.2.3 中国自主品牌轿车出口存在的问题
 - 8.2.4 我国自主品牌轿车出口的发展对策
- 8.3 2012-2014年4月汽油小轿车行业进出口数据分析

- 8.3.1 2012-2014年4月主要国家汽油小轿车进口市场分析
- 8.3.2 2012-2014年4月主要国家汽油小轿车出口市场分析
- 8.3.3 2012-2014年4月主要省份汽油小轿车进口市场分析
- 8.3.4 2012-2014年4月主要省份汽油小轿车出口市场分析
- 8.4 2012-2014年4月柴油小轿车行业进出口数据分析
- 8.4.1 2012-2014年4月主要国家柴油小轿车进口市场分析
- 8.4.2 2012-2014年4月主要国家柴油小轿车出口市场分析
- 8.4.3 2012-2014年4月主要省份柴油小轿车进口市场分析
- 8.4.4 2012-2014年4月主要省份柴油小轿车出口市场分析

第九章 2012-2014年中国轿车市场竞争分析

- 9.1 2012-2014年中国轿车市场竞争概述
 - 9.1.1 轿车企业的核心竞争力分析
 - 9.1.2 我国轿车行业竞争的根本规律分析
 - 9.1.3 2012年我国轿车市场竞争格局概况
 - 9.1.4 2013年我国轿车市场竞争格局概况
 - 9.1.5 国产与进口轿车竞争比较优劣势分析
 - 9.1.6 中国轿车品牌与国外品牌的差距分析
- 9.2 2012-2014年中国轿车各细分市场竞争概述
 - 9.2.1 中高级轿车市场竞争态势
 - 9.2.2 中高级轿车制造商竞争策略
 - 9.2.3 中级轿车市场竞争态势
 - 9.2.4 经济型轿车市场竞争态势
- 9.3 提升中国轿车行业竞争力的建议
 - 9.3.1 善用“钻石理论”;
 - 9.3.2 提高自主开发能力
 - 9.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售
 - 9.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略
 - 9.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议

第十章 2012-2014年中国轿车营销分析

- 10.1 中国轿车营销模式透析

- 10.1.1 中国轿车营销模式的内涵
- 10.1.2 中国轿车营销模式的选择分析
- 10.1.3 中国轿车营销模式的主要特点
- 10.2 轿车营销中的客户关系管理分析
 - 10.2.1 CRM的起源及定义
 - 10.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理
 - 10.2.3 实施客户关系管理的流程
 - 10.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题
- 10.3 2012-2014年中国轿车业营销渠道分析
 - 10.3.1 轿车营销渠道的定义及作用
 - 10.3.2 中国轿车行业渠道模式现状
 - 10.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问题
 - 10.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策
 - 10.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施
- 10.4 中国轿车营销存在的问题
 - 10.4.1 中国轿车营销体系需解决的问题
 - 10.4.2 轿车营销传播存在的四大不足
 - 10.4.3 软件建设存在差距
- 10.5 中国轿车市场营销策略分析
 - 10.5.1 建立轿车营销模式的原则
 - 10.5.2 我国轿车营销模式的发展思路
 - 10.5.3 关于建立品牌经营营销模式的建议
 - 10.5.4 关于轿车营销策略创新的对策
 - 10.5.5 轿车促销策略分析
 - 10.5.6 轿车营销传播策略

第十一章 2012-2014年轿车行业关联产业分析

- 11.1 汽车零部件
 - 11.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述
 - 11.1.2 “十一·五”中国汽车零部件工业取得巨大成就
 - 11.1.3 “十一·五”汽车零部件产业发展的显著特点
 - 11.1.4 中国汽车零部件企业存在三大不足

- 11.1.5 中国汽车零部件业发展对策建议
- 11.2 钢铁
 - 11.2.1 中国钢铁业发展历程
 - 11.2.2 2012年我国钢铁行业运行分析
 - 11.2.3 2013年我国钢铁行业运行分析
 - 11.2.4 2014年我国钢铁行业最新运行分析
 - 11.2.5 中国钢铁工业发展对策建议
- 11.3 石油
 - 11.3.1 石油概述
 - 11.3.2 2012年我国石油行业运行状况
 - 11.3.3 2013年我国石油行业运行状况
 - 11.3.4 2014年我国石油行业最新运行状况
 - 11.3.5 中国石油企业发展策略浅析
- 11.4 橡胶
 - 11.4.1 橡胶概述
 - 11.4.2 2012年中国橡胶行业运行状况
 - 11.4.3 2013年中国橡胶行业运行状况
 - 11.4.4 2014年中国橡胶行业最新运行状况

第十二章 2012-2014年轿车行业重点企业财务状况

- 12.1 一汽轿车股份有限公司
 - 12.1.1 企业简介
 - 12.1.2 2012年一汽轿车经营状况分析
 - 12.1.3 2013年一汽轿车经营状况分析
 - 12.1.4 2014年1-3月一汽轿车经营状况分析
- 12.2 上海大众汽车有限公司
 - 12.2.1 企业简介
 - 12.2.2 2012年上海大众经营状况
 - 12.2.3 2013年上海大众经营状况
 - 12.2.4 2014年1-3月上海大众经营状况
- 12.3 上海通用汽车有限公司
 - 12.3.1 公司简介

- 12.3.2 2012年上海通用经营状况
- 12.3.3 2013年上海通用经营状况
- 12.3.4 2014年1-3月上海通用经营状况
- 12.4 北京现代汽车有限公司
 - 12.4.1 公司简介
 - 12.4.2 2012年北京现代经营状况
 - 12.4.3 2013年北京现代经营状况
 - 12.4.4 2014年1-3月北京现代经营状况
- 12.5 广州本田汽车有限公司
 - 12.5.1 公司简介
 - 12.5.2 2012年广汽本田经营状况
 - 12.5.3 2013年广汽本田经营状况
 - 12.5.4 2014年1-3月广汽本田经营状况
- 12.6 安徽奇瑞汽车有限公司
 - 12.6.1 公司简介
 - 12.6.2 2012年奇瑞汽车经营状况
 - 12.6.3 2013年奇瑞汽车经营状况
 - 12.6.4 2014年1-3月奇瑞汽车经营状况
- 12.7 比亚迪汽车有限公司
 - 12.7.1 公司简介
 - 12.7.2 2012年比亚迪经营状况
 - 12.7.3 2013年比亚迪经营状况
 - 12.7.4 2014年1-3月比亚迪经营状况
- 12.8 安徽江淮汽车股份有限公司
 - 12.8.1 公司简介
 - 12.8.2 2012年江淮汽车经营状况
 - 12.8.3 2013年江淮汽车经营状况
 - 12.8.4 2014年1-3月江淮汽车经营状况

第十三章 中国轿车行业投资分析

13.1 汽车行业投资概况

13.1.1 国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入

- 13.1.2 国家投巨资支持央企开发汽车行业
- 13.1.3 我国汽车行业具有持续性投资价值
- 13.1.4 国内能源巨企纷纷投资汽车行业
- 13.2 轿车行业投资前景
 - 13.2.1 政府不使用行政手段限制轿车投资
 - 13.2.2 我国轿车行业极具投资潜力
 - 13.2.3 微型轿车市场投资前景看好
- 13.3 轿车行业投资风险分析
 - 13.3.1 轿车行业的进入壁垒风险
 - 13.3.2 轿车替代品带来的风险
 - 13.3.3 供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁
 - 13.3.4 轿车行业内企业的竞争风险
- 13.4 轿车行业投资策略分析
 - 13.4.1 轿车行业投资策略
 - 13.4.2 轿车企业应积极采取措施应对风险

第十四章 轿车行业未来发展趋势及前景预测分析

- 14.1 汽车行业未来发展分析
 - 14.1.1 全球汽车产业发展趋势综述
 - 14.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期
 - 14.1.3 “十二五”新能源汽车产业化进程将加速
 - 14.1.4 “十二五”汽车工业发展的战略选择
- 14.2 轿车行业未来发展预测
 - 14.2.1 未来我国轿车需求依然强劲
 - 14.2.2 2015-2022年中国轿车行业发展预测分析
 - 14.2.3 未来轿车将趋向多功能化
 - 14.2.4 现代柴油轿车发展将成必然趋势

图表目录：

- 图表 国产汽车产品型号第二、三位数字含义
- 图表 2006-2010年国内轿车市场份额变化比较
- 图表 2007-2011年国内轿车市场份额变化比较

图表 2008-2010年月度汽车销量变化情况

图表 2008-2010年月度汽车销量同比变化情况

图表 2009-2010年月度乘用车销量及同比变化情况

图表 2009-2010年商用车月度销量及同比变化情况

图表 2010年1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况

图表 2010年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况

图表 2010年国内汽车销售市场占有率

图表 2009-2011年月度汽车销量及同比变化情况

图表 2009-2011年月度乘用车销量变化情况

图表 2009-2011年月度商用车销量变化情况

图表 2009-2011年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表 2011年国内汽车销售市场占有率

图表 美国轿车车型销售量排行

图表 2000-2009年我国各车型比例趋势

图表 北京、上海、广州和深圳的R值趋势

图表 2005-2009年我国各车系产量所占比重变化

图表 购车人群形成过程模拟

图表 轿车月度销量与同比增速

图表 2009-2010年1.6L以下轿车销量比例走势

图表 历年（2005-2010）轿车产量环比增幅

图表 2001-2010年汽车产能利用率走势

图表 中国轿车自主品牌结构“3+X”组织框架

图表 中国轿车销量企业排行榜

图表 轿车品牌销量排行榜

图表 轿车销售（分排量）汇总表

图表 中国轿车市场销量前十品牌排名

图表 2001-2011年12月各级别轿车份额走势

图表 2010-2011年12月轿车各细分市场份走势

图表 2005-2011年12月轿车各排量市场结构变化走势

图表 2012年1-12月全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2012年1-12月上海市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2012年1-12月广东省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2012年1-12月吉林省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2012年1-12月重庆市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2012年1-12月北京市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2012年1-12月天津市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2013年1-12月全国基本型乘用车产量数据

图表 2013年1-12月上海市基本型乘用车产量数据

图表 2013年1-12月广东省基本型乘用车产量数据

图表 2013年1-12月吉林省基本型乘用车产量数据

图表 2013年1-12月重庆市基本型乘用车产量数据

图表 2013年1-12月天津市基本型乘用车产量数据

图表 2013年1-12月安徽省基本型乘用车产量数据

图表 2013年1-12月北京市基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月全国基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月上海市基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月广东省基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月吉林省基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月重庆市基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月北京市基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月天津市基本型乘用车产量数据

图表 2014年1-4月安徽省基本型乘用车产量数据

图表 消费者购车时考虑的因素

图表 五国微型轿车所占轿车最高百分比

图表 中国微型车各细分市场占比情况

图表 2010年微轿市场与整体汽车市场增速对比

图表 2010-2011年微型轿车主力品牌销量走势

图表 2011年1-11月自主微型轿车销售情况

图表 2011年1-11月自主微型轿车车型销量排名

图表 经济型轿车的分类

图表 经济型轿车销量增长率对比

图表 2010年销量前十位经济型轿车对比

图表 2010年和2009年经济型轿车排名前十车型变化情况表

图表 2011年1-11月经济型轿车市场逐月销量

图表 2011年1-11月经济型轿车市场与乘用车及行业整体增速对比

图表 2011年1-11月经济型轿车占乘用车市场份额变化情况

图表 2009-2011年经济型轿车自主与合资份额对比

图表 2011年1-11月经济型轿车销量前十车型对比

图表 2011年1-11月豪华轿车市场逐月销量情况

图表 2011年1-11月豪华轿车占狭义乘用车市场份额变化情况

图表 2011年1-11月豪华轿车销量前十车型对比

图表 2004-2008年中高级轿车品牌变化

图表 2007-2008年中高级轿车品牌排名、销量及份额

图表 2010年国内中高级轿车销售情况一览

图表 2010年国内中高级轿车前十名市场占有率一览

图表 2010年中高级轿车各系市场表现一览

图表 2011年1-11月中高级轿车市场逐月销量情况

图表 2011年中高级轿车市场与乘用车和行业整体增速对比

图表 2011年1-11月中高级轿车占乘用车市场份额变化情况

图表 2011年中高级轿车自主与合资品牌份额情况

图表 2011年1-11月中高级轿车销量前十车型对比

图表 2012年1-12月中国轿车行业进口数量累计

图表 2012年1-12月中国轿车行业进口数量增长趋势图

图表 2012年1-12月中国轿车行业进口金额累计

图表 2012年1-12月中国轿车行业进口金额增长趋势图

图表 2012年1-12月中国轿车行业出口数量累计

图表 2012年1-12月中国轿车行业出口数量增长趋势图

图表 2012年1-12月中国轿车行业出口金额累计

图表 2012年1-12月中国轿车行业出口金额累计增长趋势图

图表 2013年1-12月中国轿车行业进口数量累计

图表 2013年1-12月中国轿车行业进口数量增长趋势图

图表 2013年1-12月中国轿车行业进口金额累计

图表 2013年1-12月中国轿车行业进口金额增长趋势图

图表 2013年1-12月中国轿车行业出口数量累计

图表 2013年1-12月中国轿车行业出口数量增长趋势图

图表 2013年1-12月中国轿车行业出口金额累计

图表 2013年1-12月中国轿车行业出口金额累计增长趋势图

图表 2014年1-4月中国轿车行业进口数量累计

图表 2014年1-4月中国轿车行业进口数量累计增长趋势图

图表 2014年1-4月中国轿车行业进口金额累计

图表 2014年1-4月中国轿车行业进口金额累计增长趋势图

图表 2014年1-4月中国轿车行业出口数量累计

图表 2014年1-4月中国轿车行业出口数量累计增长趋势图

图表 2014年1-4月中国轿车行业出口金额累计

图表 2014年1-4月中国轿车行业出口金额累计增长趋势图

图表 2012年1-12月主要国家汽油小轿车进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要国家汽油小轿车进口量及进口额情况

图表 2014年1-4月主要国家汽油小轿车进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要国家汽油小轿车出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要国家汽油小轿车出口量及出口额情况

图表 2014年1-4月主要国家汽油小轿车出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份汽油小轿车进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份汽油小轿车进口量及进口额情况

图表 2014年1-4月主要省份汽油小轿车进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份汽油小轿车出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要省份汽油小轿车出口量及出口额情况

图表 2014年1-4月主要省份汽油小轿车出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要国家柴油小轿车进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要国家柴油小轿车进口量及进口额情况

图表 2014年1-4月主要国家柴油小轿车进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要国家柴油小轿车出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要国家柴油小轿车出口量及出口额情况

图表 2014年1-4月主要国家柴油小轿车出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份柴油小轿车进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份柴油小轿车进口量及进口额情况

图表 2014年1-4月主要省份柴油小轿车进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份柴油小轿车出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要省份柴油小轿车出口量及出口额情况

图表 2014年1-4月主要省份柴油小轿车出口量及出口额情况

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201509/28-189589.html>