

2011-2015年中国中级车市 场运营态势与投资战略咨询研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2011-2015年中国中级车市场运营态势与投资战略咨询研究报告》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/R0505/201109/10-83060.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

中级车是指价位在9 - 15万元的轿车，而15 - 30万元的属于中高级车，30万元以上为豪华车，低于9万高于5万的为家用紧凑型轿车，低于5万的是微型车。

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国中级车市场运营态势与投资战略咨询研究报告》共十五章。首先介绍了中国中级车行业市场发展环境、中国中级车整体运行态势等，接着分析了中国中级车行业市场运行的现状，然后介绍了中国中级车市场竞争格局。随后，报告对中国中级车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国中级车行业发展趋势与投资预测。您若想对中级车产业有个系统的了解或者想投资中级车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 全球中级车市场分析

第一节 全球中级车市场分析

一、2010年全球中级车销量分析

二、2010年欧美中级车销量分析

三、2010年全球汽车巨头发展

四、2010年金融危机影响分析

五、2011年全球中级车产量预测

六、2011年中外中级车市场对比

第二节 英国中级车市场分析

一、2010年英国汽车销量分析

二、2010年英国中级车销量分析

三、2011年英国汽车救市分析

第三节 德国中级车市场分析

一、2010年德国中级车行业分析

二、2010年德国中级车销量分析

三、2011年德国中级车销量预测

第四节 日本中级车市场分析

一、2010年日本中级车产量分析

二、2010年日本中级车销量分析

三、2011年日本中级车销量预测

第五节 美国中级车市场分析

一、2010年美国中级车销量分析

二、2011年美国中级车市场预测

三、2011年美国中级车销量预测

第六节 俄罗斯中级车市场分析

一、2010年俄罗斯中级车产销分析

二、2010年俄罗斯汽车产业政策

三、2011年金融危机对俄的影响

第七节 韩国中级车市场分析

一、2010年韩国中级车行业分析

二、2010年韩国汽车海外市场

三、2011年韩国中级车发展形势

第八节 其他国家中级车市场分析

一、2010年印度中级车市场分析

二、2010年越南中级车市场分析

三、2010年澳大利亚中级车市场

第二章 中国汽车行业分析

第一节 中国汽车工业发展分析

一、改革开放30年民族汽车工业的发展

二、2010年中国汽车行业回顾及其展望

三、2010年我国汽车行业产量数据分析

四、2010年汽车工业重点企业经济效益

五、2010年金融危机与汽车行业的分析

第二节 汽车零部件行业分析

一、我国汽车零部件行业现状分析

二、改革开放三十年的回顾与思考

三、2010年汽车零部件市场发展势头依旧

四、2010年金融危机对汽车零部件的影响

五、2011年汽车零部件行业发展空间分析

第三节 中国轿车行业发展现状

- 一、中国轿车发展的历史基石
- 二、中国轿车从量变到质变分析
- 三、中国轿车厂家对政府的游说
- 四、自主与合资的发展情况分析
- 五、2010年我国轿车市场发展分析
- 六、2010年自主品牌轿车市场分析

第三章 中国中级车市场发展分析

第一节 中级车市场发展历程

- 一、中级轿车分类
- 二、中级轿车的消费群体定位
- 三、近年中级轿车市场演化过程分析

第二节 中级车对轿车行业的贡献度

第三节 中级车行业发展特点

- 一、中级轿车已经成为国内轿车消费的绝对主力
- 二、各汽车企业都有自己的“当家花旦”
- 三、中级车价格降幅较小
- 四、中级车呈现多方位竞争态势

第四节 2010年我国中级车市场分析

- 一、2010年上半年中级车市场分析
- 二、2010年前三季度中级车市场分析
- 三、2010年四季度中级车市场分析
- 四、2010年主流中级车市场的发展
- 五、2011年中级车市场的走向分析

第五节 2010年中级车市场销量分析

- 一、2010年前十大中级车销量排行榜
- 二、2010年我国中级车销量情况分析
- 三、2010年自主品牌中级车销量分析
- 四、2010年我国中级车销量数据分析
- 五、2011年我国中级车销量情况预测

第四章 中国中级车产品供需分析

第一节 中级车产品总体市场需求现状

- 一、乘用车分车型结构市场销量情况
- 二、中级车产品对乘用车市场的贡献度分析
- 三、中级车产品分排量销量市场销量分析
- 四、中级车产品分燃油类型市场销量分析

第二节 中级车产品分企业性质销量分析

- 一、自主品牌产品市场销量情况
- 二、自主品牌产品市场份额变化分析
- 三、合资品牌产品市场销量情况
- 四、合资品牌产品市场份额变化分析
- 五、中、日、德、美、韩系中级车产品市场销量情况
- 六、各个系别中级车历年市场份额变化分析

第三节 中级车产品总体供给现状

- 一、乘用车分车型结构市场产量情况
- 二、中级车产品分排量产量分析
- 三、中级车产品分燃油类型市场产量分析

第五章 中国汽车市场竞争分析

第一节 中国汽车市场竞争格局

- 一、2010年中国汽车市场竞争分析
- 二、2010年中外汽车品牌竞争分析
- 三、2011年我国汽车市场竞争分析

第二节 我国轿车市场竞争分析

- 一、2010年我国轿车市场竞争格局
- 二、2010年竞争影响价格走势分析
- 三、2010年轿车行业竞争策略分析

第六章 中级车行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 乘用车总体市场现状

一、乘用车产销规模

二、乘用车细分市场表现

三、2010年乘用车细分市场结构

第四节 中级车市场竞争分析

二、中级车分系别竞争分析

三、中级车分企业性质竞争分析

四、中级车市场集中度

第五节 中级车市场结构走势分析

一、2010年中级轿车市场结构走势分析

二、中级中端品牌市场分析

三、中级低端品牌市场分析

四、中级轿车私人用户产品市场分析

第六节 中国中级车行业竞争格局综述

一、2010年中级车行业集中度分析

二、2010年中级车行业竞争程度

三、2010年中级车企业与品牌数量

四、2010年中级车行业竞争格局分析

第七节 中级车行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外中级车竞争分析

二、2010-2011年我国中级车市场竞争分析

三、2010-2011年我国中级车市场集中度分析

四、2011-2015年国内主要中级车企业动向

第七章 中级车企业竞争策略分析

第一节 中级车市场竞争策略分析

一、2011年中级车市场增长潜力分析

二、2011年中级车主要潜力品种分析

三、现有中级车产品竞争策略分析

四、潜力中级车品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 中级车企业竞争策略分析

一、金融危机对中级车行业竞争格局的影响

二、金融危机后中级车行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国中级车市场竞争趋势

四、2011-2015年中级车行业竞争格局展望

五、2011-2015年中级车行业竞争策略分析

六、2011-2015年中级车企业竞争策略分析

第八章 中级车市场营销分析

第一节 消费群体

一、性别

二、年龄

三、阶层

第二节 消费趋势研究

一、产品消费趋势定位

二、消费税的影响因素分析

第三节 我国轿车市场营销模式与渠道分析

一、轿车市场营销模式分析

二、轿车销售渠道分析

三、销售流通体系模式分析

四、目前汽车销售的主要流程分析

五、轿车营销模式的主要特点分析

第四节 我国中级车销售渠道研究

一、中级车销售模式分析

二、中级车企业销售渠道区域分布

三、中级车销售渠道城市级别布点分析

第九章 主要中级车企业竞争分析

第一节 第一汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 上海汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 东风汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 北京现代

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 长安汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 奇瑞汽车

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 吉利汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第八节 悦达投资

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第九节 金杯汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第十节 福田汽车

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第十章 中级车行业发展趋势分析

第一节 我国中级车行业前景与机遇分析

- 一、未来中级车发展分析
- 二、未来中级车行业技术开发方向
- 三、总体行业“十一五”整体规划及预测

第二节 汽车行业发展分析

- 一、2011年汽车行业发展形势分析
- 二、2011年汽车行业总体增速预测
- 三、2011年汽车市场格局变化预测
- 四、2011年汽车行业复苏时间预测

第三节 中国中级车市场趋势分析

- 一、2010-2011年中级车市场趋势总结

- 二、2011-2015年中级车发展趋势分析
- 三、2011-2015年中级车市场发展空间
- 四、2011-2015年中级车产业政策趋向
- 五、2011-2015年中级车技术革新趋势
- 六、2011-2015年中级车价格走势分析
- 七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十一章 中级车消费趋势分析

第一节 消费群体研究

- 一、中级车消费群观念变化分析
- 二、中级车消费群体变化分析

第二节 中级车消费群体特征分析

第三节 中级车用户群体偏好分析

- 一、轿车各级别色彩分布规律
- 二、B级车市场黑色与销量呈正比
- 三、主要车型色彩营销规划及分布

第四节 主流中级车价格中心变化趋势分析

- 一、B级车市场价格重心变化趋势分析
- 二、主流B级车价配区隔策略分析

第十二章 未来中级车行业发展预测

第一节 2011-2015年国际中级车市场预测

- 一、2011-2015年全球中级车行业产值预测
- 二、2011-2015年全球中级车市场需求前景
- 三、2011-2015年全球中级车市场价格预测

第二节 2011-2015年国内中级车市场预测

- 一、2011-2015年国内中级车行业产值预测
- 二、2011-2015年国内中级车市场需求前景
- 三、2011-2015年国内中级车市场价格预测
- 四、2011-2015年国内中级车行业集中度预测

第十三章 中国中级车行业市场运行环境分析

第一节 国内中级车经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国中级车经济发展预测分析

第二节 中国中级车行业政策环境分析

第十四章 中级车行业投资机会与风险分析

第一节 中级车行业投资效益分析

一、2010-2011年中级车行业投资状况分析

二、2011-2015年中级车行业投资效益分析

三、2011-2015年中级车行业投资趋势预测

四、2011-2015年中级车行业的投资方向

五、2011-2015年中级车行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响中级车行业发展的主要因素

一、2011-2015年影响中级车行业运行的有利因素分析

二、2011-2015年影响中级车行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响中级车行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国中级车行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国中级车行业发展面临的机遇分析

第三节 中级车行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年中级车行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年中级车行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年中级车行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年中级车行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年中级车同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年中级车行业其他风险及控制策略

第十五章 中级车行业投资战略分析

第一节 中级车行业发展战略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国中级车品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、中级车实施品牌战略的意义

三、中级车企业品牌的现状分析

四、我国中级车企业的品牌战略

五、中级车品牌战略管理的策略

第三节 中级车行业投资战略研究

一、2011年汽车行业投资战略

二、2011年中级车行业投资战略

三、2011-2015年中级车行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年1-12月轿车产量全国合计

图表：2010年1-12月轿车产量北京市合计

图表：2010年1-12月轿车产量河北省合计

图表：2010年1-12月轿车产量山西省合计

图表：2010年1-12月轿车产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月轿车产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月轿车产量江苏省合计

图表：2010年1-12月轿车产量安徽省合计

图表：2010年1-12月轿车产量山东省合计

图表：2010年1-12月轿车产量湖北省合计

图表：2010年1-12月轿车产量湖南省合计

图表：2010年1-12月轿车产量重庆市合计

图表：2010年1-12月轿车产量四川省合计

图表：2010年1-12月轿车产量贵州省合计

图表：2010年1-12月轿车产量陕西省合计

图表：2010年1-12月轿车产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月中级车产量全国合计

图表：2010年1-12月中级车产量北京市合计

图表：2010年1-12月中级车产量天津市合计

图表：2010年1-12月中级车产量河北省合计

图表：2010年1-12月中级车产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月中级车产量吉林省合计

图表：2010年1-12月中级车产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月中级车产量上海市合计

图表：2010年1-12月中级车产量江苏省合计

图表：2010年1-12月中级车产量浙江省合计

图表：2010年1-12月中级车产量安徽省合计

图表：2010年1-12月中级车产量福建省合计

图表：2010年1-12月中级车产量江西省合计

图表：2010年1-12月中级车产量山东省合计

图表：2010年1-12月中级车产量河南省合计

图表：2010年1-12月中级车产量湖北省合计

图表：2010年1-12月中级车产量湖南省合计

图表：2010年1-12月中级车产量广东省合计

图表：2010年1-12月中级车产量广西区合计

图表：2010年1-12月中级车产量重庆市合计

图表：2010年1-12月中级车产量四川省合计

图表：2010年1-12月中级车产量贵州省合计

图表：2010年1-12月中级车产量云南省合计

图表：2010年1-12月中级车产量陕西省合计

图表：2010年1-12月中级车产量新疆区合计

图表：2010年1-12月中级车产量内蒙古合计

图表：……

通过《2011-2015年中国中级车市场运营态势与投资战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201109/10-83060.html>