

2016-2020年中国轿车行业 市场深度分析及行业前景调研分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2020年中国轿车行业市场深度分析及行业前景调研分析报告》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.bosidata.com/report/X51618EMHJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-07-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2020年中国轿车行业市场深度分析及行业前景调研分析报告》介绍了轿车行业相关概述、中国轿车产业运行环境、分析了中国轿车行业的现状、中国轿车行业竞争格局、对中国轿车行业做了重点企业经营状况分析及中国轿车产业发展前景与投资预测。您若想对轿车产业有个系统的了解或者想投资轿车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2014-2016年汽车行业发展分析	2.1 2014-2016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 2014年世界汽车工业发展状况	2.1.3 2015年世界汽车工业发展状况
	2.1.4 2016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 “十二五”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 2014-2016年中国汽车行业发展分析	2.3.1 2014年中国汽车行业发展分析	2.3.2 2015年中国汽车工业运行状况
	2.3.3 2016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 中国汽车产业仍然大而不强	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 2014-2016年国际轿车行业发展分析	3.1 2014-2016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 2014年美国轿车市场销量概况	3.2.2 2015年美国轿车市场销量概况
	3.2.3 2016年美国轿车市场销量概况	3.3 德国	3.3.1 2014年德国轿车行业发展概况
	3.3.2 2015年德国轿车行业发展概况	3.3.3 2016年德国轿车行业发展概况	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 2014年俄罗斯轿车行业产销概况		3.5.2 2014年俄罗斯轿车进出口概况		
俄罗斯轿车进出口概况		3.5.3 2015年俄罗斯轿车行业产销概况		3.5.4 2016年俄罗斯轿车行业产销概况			
第四章 2014-2016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			
影响分析		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			
析		4.2.1 2014年中国轿车行业发展状况		4.2.2 2014年中国轿车市场走势分析			
4.2.3 2015年中国轿车行业发展状况		4.2.4 2016年中国轿车市场发展现状					
4.3 2014-2016年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析				4.3.1 2014年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析			
全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析		4.3.2 2015年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析		4.3.3 2016年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析			
4.4 2014-2016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			
变化分析		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			
查分析		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			
的作用解读		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			
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			
体系存在不足		4.6.3 中国轿车存在轮胎安全隐患		4.6.4 中国轿车产业投资策略建议			
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 2014-2016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 2014-2016年中国微型轿车发展分析		5.2.1 2014年我国微型轿车市场发展走势			
轿车发展分析		5.2.2 2014年微型轿车市场自主品牌概况		5.2.3 2015年我国微型轿车市场发展分析			
车市场自主品牌概况		5.2.4 2016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			
我国微型轿车市场发展走势		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			
应时而生		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			
持电动微型轿车发展		5.4 中国微型轿车面临的压力		5.4.1 成本压力			
压力		5.4.2 配套压力		5.4.3 产品压力			
品牌压力		5.4.4 竞争压力		5.5 微型轿车发展对策及前景趋势			
5.4.5 竞争压力		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			
中国微型轿车企业发展对策		5.5.3 微型电动轿车前景广阔		第六章 2014-2016年经济型轿车发展分析			
车前景广阔		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 2014年中国经济型轿车市场调研	
6.2.4 2015年中国经济型轿车市场调研	6.2.5 2016年中国经济型轿车市场调研	
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 中国经济型轿车趋势预测及趋势
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 2014-2016年其他轿车细分市场调研	7.1 2014-2016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 2014年我国高档轿车市场调研	7.1.3 2015年国产豪华轿车市场调研	7.1.4 2016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 2014-2016年中高级轿车市场运行状况	7.2.2 2014年国内中高级轿车市场运行分析
7.2.3 2015年我国中高级轿车市场运行分析	7.2.4 2016年我国中高级轿车市场运行分析	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 2014年中国轿车行业进出口数据	8.1.2 2015年中国轿车行业进出口数据	8.1.3 2016年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 2014-2016年汽油小轿车行业进出口数据分析
8.3.1 2014-2016年主要国家汽油小轿车进口市场调研	8.3.2 2014-2016年主要国家汽油小轿车出口市场调研	8.3.3 2014-2016年主要省份汽油小轿车进口市场调研
8.3.4 2014-2016年主要省份汽油小轿车出口市场调研	8.4 2014-2016年柴油小轿车行业进出口数据分析	8.4.1 2014-2016年主要国家柴油小轿车进口市场调研
8.4.2 2014-2016年主要国家柴油小轿车出口市场调研	8.4.3 2014-2016年主要省份柴油小轿车进口市场调研	8.4.4 2014-2016年主要省份柴油小轿车出口市场调研
第九章 2014-2016年中国轿车市场竞争分析	9.1 2014-2016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 2014年我国轿车市场竞争格局概况	9.1.4 2015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 2014-2016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格局
9.2.3 中级轿车市场竞争格局	9.2.2 中高级轿车制造商竞争策略
提升中国轿车行业竞争力的建议	9.2.4 经济型轿车市场竞争格局
9.3.1 善用“钻石理论”	9.3 提升中国轿车行业竞争力的建议
9.3.2 提高自主开发能力	9.3.1 善用“钻石理论”
9.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售	9.3.2 提高自主开发能力
9.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略	9.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售
9.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议	9.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略
第十章 2014-2016年中国轿车营销分析	9.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议
10.1 中国轿车营销模式透析	第十章 2014-2016年中国轿车营销分析
10.1.1 中国轿车营销模式的内涵	10.1 中国轿车营销模式透析
10.1.2 中国轿车营销模式的选择分析	10.1.1 中国轿车营销模式的内涵
10.1.3 中国轿车营销模式的主要特点	10.1.2 中国轿车营销模式的选择分析
10.2 轿车营销中的客户关系管理分析	10.1.3 中国轿车营销模式的主要特点
10.2.1 CRM的起源及定义	10.2 轿车营销中的客户关系管理分析
10.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理	10.2.1 CRM的起源及定义
10.2.3 实施客户关系管理的流程	10.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理
10.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题	10.2.3 实施客户关系管理的流程
10.3 2014-2016年中国轿车业营销渠道分析	10.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题
10.3.1 轿车营销渠道的定义及作用	10.3 2014-2016年中国轿车业营销渠道分析
10.3.2 中国轿车行业渠道模式现状	10.3.1 轿车营销渠道的定义及作用
10.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问题	10.3.2 中国轿车行业渠道模式现状
10.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策	10.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问题
10.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施	10.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策
10.4 中国轿车营销存在的问题	10.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施
10.4.1 中国轿车营销体系需解决的问题	10.4 中国轿车营销存在的问题
10.4.2 轿车营销传播存在的四大不足	10.4.1 中国轿车营销体系需解决的问题
10.4.3 软件建设存在差距	10.4.2 轿车营销传播存在的四大不足
10.5 中国轿车市场营销策略分析	10.4.3 软件建设存在差距
10.5.1 建立轿车营销模式的原则	10.5 中国轿车市场营销策略分析
10.5.2 我国轿车营销模式的发展思路	10.5.1 建立轿车营销模式的原则
10.5.3 关于建立品牌经营营销模式的建议	10.5.2 我国轿车营销模式的发展思路
10.5.4 关于轿车营销策略创新的对策	10.5.3 关于建立品牌经营营销模式的建议
10.5.5 轿车促销策略分析	10.5.4 关于轿车营销策略创新的对策
10.5.6 轿车营销传播策略	10.5.5 轿车促销策略分析
第十一章 2014-2016年轿车行业关联产业分析	10.5.6 轿车营销传播策略
11.1 汽车零部件	第十一章 2014-2016年轿车行业关联产业分析
11.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述	11.1 汽车零部件
11.1.2 中国汽车零部件工业取得巨大成就	11.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述
11.1.3 汽车零部件产业发展的显著特点	11.1.2 中国汽车零部件工业取得巨大成就
11.1.4 中国汽车零部件企业存在三大不足	11.1.3 汽车零部件产业发展的显著特点
11.1.5 中国汽车零部件业发展对策建议	11.1.4 中国汽车零部件企业存在三大不足
11.2 钢铁	11.1.5 中国汽车零部件业发展对策建议
11.2.1 中国钢铁业发展历程	11.2 钢铁
11.2.2 2014年我国钢铁行业运行分析	11.2.1 中国钢铁业发展历程
11.2.3 2015年我国钢铁行业运行分析	11.2.2 2014年我国钢铁行业运行分析
11.2.4 2016年我国钢铁行业运行分析	11.2.3 2015年我国钢铁行业运行分析
11.2.5 中国钢铁工业发展对策建议	11.2.4 2016年我国钢铁行业运行分析
11.3 石油	11.2.5 中国钢铁工业发展对策建议
11.3.1 石油概述	11.3 石油
11.3.2 2014年我国石油行业运行状况	11.3.1 石油概述
11.3.3 2015年我国石油行业运行状况	11.3.2 2014年我国石油行业运行状况
11.3.4 2016年我国石油行业运行状况	11.3.3 2015年我国石油行业运行状况
11.3.5 中国石油企业投资策略浅析	11.3.4 2016年我国石油行业运行状况
11.4 橡胶	11.3.5 中国石油企业投资策略浅析
11.4.1 橡胶概述	11.4 橡胶
11.4.2 2014年中国橡胶行业运行状况	11.4.1 橡胶概述
11.4.3 2015年中国橡胶行业运行状况	11.4.2 2014年中国橡胶行业运行状况
11.4.4 2016年中国橡胶行业运行状况	11.4.3 2015年中国橡胶行业运行状况
第十二章 2014-2016年轿车行业重点企业财务状况	11.4.4 2016年中国橡胶行业运行状况
12.1 一汽轿车股份有限公司	第十二章 2014-2016年轿车行业重点企业财务状况
12.1.1 企业发展概况	12.1 一汽轿车股份有限公司
12.1.2 经营效益分析	12.1.1 企业发展概况
12.1.3 业务经营分析	12.1.2 经营效益分析
12.1.4 财务状况分析	12.1.3 业务经营分析
12.1.5 未来前景展望	12.1.4 财务状况分析
	12.1.5 未来前景展望

12.2	安徽江淮汽车股份有限公司	12.2.1	企业发展概况	12.2.2	经营效益	
分析	12.2.3	业务经营分析	12.2.4	财务状况分析	12.2.5	未来前景
展望	12.3	上海通用汽车有限公司	12.3.1	公司简介	12.3.2	2014年上海通用经营状况
通用经营状况	12.3.3	2015年上海通用经营状况	12.3.4	2016年上海通用经营状况		
状况	12.4	北京现代汽车有限公司	12.4.1	公司简介	12.4.2	2014年北京现代经营状况
现代经营状况	12.4.3	2015年北京现代经营状况	12.4.4	2016年北京现代经营状况		
状况	12.5	广州本田汽车有限公司	12.5.1	公司简介	12.5.2	2014年广汽本田经营状况
本田经营状况	12.5.3	2015年广汽本田经营状况	12.5.4	2016年广汽本田经营状况		
状况	12.6	安徽奇瑞汽车有限公司	12.6.1	公司简介	12.6.2	2014年奇瑞汽车经营状况
汽车经营状况	12.6.3	2015年奇瑞汽车经营状况	12.6.4	2016年奇瑞汽车经营状况		
状况	12.7	比亚迪汽车有限公司	12.7.1	公司简介	12.7.2	2014年比亚迪经营状况
经营状况	12.7.3	2015年比亚迪经营状况	12.7.4	2016年比亚迪经营状况		
12.8	上海大众汽车有限公司	12.8.1	企业简介	12.8.2	2014年上海大众经营状况	
营状况	12.8.3	2015年上海大众经营状况	12.8.4	2016年上海大众经营状况		
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		
业	13.2	轿车行业行业前景调研	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	微型轿车市场行业前景调研看好		
13.3	轿车行业投资前景分析	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	轿车行业投资前景研究分析	13.4.1	轿车行业投资前景研究
	13.4.2	轿车企业应积极采取措施应对风险	第十四章	对轿车行业投资预测及趋势分析		
车行业投资预测及趋势分析	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		
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	“ 十三五 ” 新能源汽车产业化进程将加速		
五 ” 新能源汽车产业化进程将加速	14.1.4	“ 十三五 ” 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	对2016-2020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	附录附录一：汽车产业发展政策	附录二：新能源汽车生产准入管理规则	附录三：汽车品牌销售管理实施办法	附录四：汽车贸易政策	附录五：报废汽车回收管理办法
		附录六：乘用车燃料消耗量限值标准	图表目录	图表：国产汽车产品型号第二、三位数字含义	图表：2010-2014年国内轿车市场份额变化比较	图表：2012-2016年国内

轿车市场份额变化比较图表：2012-2016年月度汽车销量变化情况图表：2012-2016年月度汽车销量同比变化情况图表：2012-2016年月度乘用车销量及同比变化情况图表：2012-2016年商用车月度销量及同比变化情况图表：2014年1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况图表：2014年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况图表：2014年国内汽车销售市场占有率图表

：2014-2016年月度汽车销量及同比变化情况图表：2014-2016年月度乘用车销量变化情况图表：2014-2016年月度商用车销量变化情况图表：2014-2016年1.6L及以下乘用车销量变化情况图表：2014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：2000-2014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：2011-2014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

：2013-2014年1.6L以下轿车销量比例走势图表：历年（2005-2011）轿车产量环比增幅图表：2001-2014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：2001-2015年各级别轿车份额走势图表：2012-2016年轿车各细分市场走势图表：2005-2014年轿车各排量市场结构变化走势图表：2014年全国基本型乘用车（轿车）产量数据图表：2014年上海市基本型乘用车（轿车）产量数据图表

：2014年广东省基本型乘用车（轿车）产量数据图表：2014年吉林省基本型乘用车（轿车）产量数据图表：2014年重庆市基本型乘用车（轿车）产量数据图表：2014年北京市基本型乘用车（轿车）产量数据图表：2014年天津市基本型乘用车（轿车）产量数据图表：2015年全国基本型乘用车产量数据图表：2015年上海市基本型乘用车产量数据图表：2015年广东省基本型乘用车产量数据图表：2015年吉林省基本型乘用车产量数据图表：2015年重庆市基本型乘用车产量数据图表：2015年天津市基本型乘用车产量数据图表：2015年安徽省基本型乘用车产量数据图表：2015年北京市基本型乘用车产量数据图表：2016年全国基本型乘用车产量数据图表：2016年上海市基本型乘用车产量数据图表：2016年广东省基本型乘用车产量数据图表：2016年吉林省基本型乘用车产量数据图表：2016年重庆市基本型乘用车产量数据图表

：2016年北京市基本型乘用车产量数据图表：2016年天津市基本型乘用车产量数据图表：2016年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：2014年微轿市场与整体汽车市场增速对比图表：2012-2016年微型轿车主力品牌销量走势图表：2014年自主微型轿车销售情况图表：2014年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：2016年销量前十位经济型轿车对比图表：2016年和2010年经济型轿车排名前十车型变化情况表图表：2016年经济型轿车市场逐月销量图表：2016年经济型轿车市场与乘用车及行业整体增速对比图表：2016年经济型轿车占乘用车市场份额变化情况图表：2010-2016

年经济型轿车自主与合资份额对比图表：2016年经济型轿车销量前十车型对比图表：2016年豪华轿车市场逐月销量情况图表：2016年豪华轿车占狭义乘用车市场份额变化情况图表：2016年豪华轿车销量前十车型对比图表：2004-2016年中高级轿车品牌变化图表：2007-2016年中高级轿车品牌排名、销量及份额图表：2016年国内中高级轿车销售情况一览图表：2016年国内中高级轿车前十强市场占有率一览图表：2016年中高级轿车各系市场表现一览图表：2016年中高级轿车市场逐月销量情况图表：2016年中高级轿车市场与乘用车和行业整体增速对比图表：2016年中高级轿车占乘用车市场份额变化情况图表：2016年中高级轿车自主与合资品牌份额情况图表：2016年中高级轿车销量前十车型对比图表：2014年中国轿车行业进口数量累计图表：2014年中国轿车行业进口数量增长趋势图图表：2014年中国轿车行业进口金额累计图表：2014年中国轿车行业进口金额增长趋势图图表：2014年中国轿车行业出口数量累计图表：2014年中国轿车行业出口数量增长趋势图图表：2014年中国轿车行业出口金额累计图表：2014年中国轿车行业出口金额累计增长趋势图图表：2015年中国轿车行业进口数量累计图表：2015年中国轿车行业进口数量增长趋势图图表：2015年中国轿车行业进口金额累计图表：2015年中国轿车行业进口金额增长趋势图图表：2015年中国轿车行业出口数量累计图表：2015年中国轿车行业出口数量增长趋势图图表：2015年中国轿车行业出口金额累计图表：2015年中国轿车行业出口金额累计增长趋势图图表：2016年中国轿车行业进口数量累计图表：2016年中国轿车行业进口数量累计增长趋势图图表：2016年中国轿车行业进口金额累计图表：2016年中国轿车行业进口金额累计增长趋势图图表：2016年中国轿车行业出口数量累计图表：2016年中国轿车行业出口数量累计增长趋势图图表：2016年中国轿车行业出口金额累计图表：2016年中国轿车行业出口金额累计增长趋势图图表：2014年主要国家汽油小轿车进口量及进口额情况图表：2015年主要国家汽油小轿车进口量及进口额情况图表：2016年主要国家汽油小轿车进口量及进口额情况图表：2014年主要国家汽油小轿车出口量及出口额情况图表：2015年主要国家汽油小轿车出口量及出口额情况图表：2016年主要国家汽油小轿车出口量及出口额情况图表：2014年主要省份汽油小轿车进口量及进口额情况图表：2015年主要省份汽油小轿车进口量及进口额情况图表：2016年主要省份汽油小轿车进口量及进口额情况图表：2014年主要省份汽油小轿车出口量及出口额情况图表：2015年主要省份汽油小轿车出口量及出口额情况图表：2016年主要省份汽油小轿车出口量及出口额情况图表：2014年主要国家柴油小轿车进口量及进口额情况图表：2015年主要国家柴油小轿车进口量及进口额情况图表：2016年主要国家柴油小轿车进口量及进口额情况图表：2014年主要国家柴油小轿车出口量及出口额情况图表：2015年主要国家柴油小轿车出口量及出口额情况图表：2016年主要国家柴油小轿车出口量及出口额情况图表：2014年主要省份柴油小轿车进口量及进口额情况图表：2015年主要省份柴油小轿车进口量及进口额情况图表：2016年主要省份柴油小

轿车进口量及进口额情况图表：2014年主要省份柴油小轿车出口量及出口额情况图表：2015年主要省份柴油小轿车出口量及出口额情况图表：2016年主要省份柴油小轿车出口量及出口额情况图表：B级车市场的区隔分布图表：两大竞争战略的市场分布图表：轿车商品相对竞争力的分析问题模型图表：消费者心目中最优秀的高档汽车品牌图表：消费者心目中最优秀的中档汽车品牌图表：消费者心目中最优秀的小型/经济汽车品牌图表：中国微轿市场企业集中度分析图表：中国微型轿车生产企业市场占有率情况图表：主要微轿品牌逐月销量走势（1）图表：主要微轿品牌逐月销量走势（2）图表：波特的钻石理论图图表：通用汽车各子品牌市场定位图表：整车企业甄选零部件供应商的工作流程图表：中国钢铁市场津冀设备开工率情况图表：津冀高炉与轧线开工率走势图表：中国粗钢产量对比图表：中国长材、板材和管材产量及其比重图表：中国铁矿石进口对比图表：中国出口钢材对比图表：中国主要市场（唐山、沈阳、上海、石家庄、广东）钢材库存图表：截至2015年CSPI价格指数走势图（一）图表：截至2016年CSPI价格指数走势图（二）图表：CSPI国内钢材价格指数变化表图表：截至2015年国内粗钢、生铁和钢材产量（一）图表：截至2016年国内粗钢、生铁和钢材产量（一）图表：2016年钢材社会总库存走势图表：2016年钢材进出口走势图表：2016年CRU国际钢材价格指数走势（一）图表：2016年CRU国际钢材价格指数走势（二）图表：2016年螺纹钢期货合约1201走势图表：中国原油和石油表观消费量情况图表：中国原油表观消费量月度变化情况图表：中国主要油品表观消费量增长率比较图表：各月中国原油加工量图表：中国原油和石油净进口量情况图表：中国石油净进口量情况图表：中国原油净进口量情况图表：销区国产标准胶SCR5现货每吨成交价格图表：丁苯橡胶销区市场每吨价格图表：顺丁橡胶销区市场每吨价格图表：国内天然橡胶月度生产情况图表：国内合成橡胶月度生产情况图表：我国天然橡胶进口情况。图表：我国合成橡胶进口情况图表：我国轮胎生产情况图表：2015年份中国橡胶协会统计行业及各个专业工业总产值增长状况图表：2015年与2016年份橡胶行业主要指标增幅对比状况图表：2016年橡胶行业主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份轮胎主要指标增幅对比状况图表：2016年轮胎主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份力车胎主要指标增幅对比状况图表：2016年力车胎主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份胶管胶带主要指标增幅对比状况图表：2016年胶管胶带主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份橡胶制品主要指标增幅对比状况图表：2016年制品主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份乳胶主要指标增幅对比状况图表：2016年乳胶主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份胶鞋主要指标增幅对比状况图表：2016年胶鞋主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份炭黑主要指标增幅对比状况图表：2016年炭黑主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份废橡胶综合利用主要指标增幅对比状况图表：2016年废橡胶综合利用主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份模具

主要指标增幅对比状况图表：2016年模具主要指标同比增长趋势状况图表：2015年与2016年份橡胶助剂主要指标增幅对比状况图表：2016年橡胶助剂主要指标同比增长趋势状况图表

：2012-2014年技术分类天然胶价格走势状况图表：2014-2016年一汽轿车股份有限公司总资产和净资产图表：2014-2015年一汽轿车股份有限公司营业收入和净利润图表：2016年一汽轿车股份有限公司营业收入和净利润图表：2014-2015年一汽轿车股份有限公司现金流量图表

：2016年一汽轿车股份有限公司现金流量图表：2015年一汽轿车股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域图表：2014-2015年一汽轿车股份有限公司成长能力图表：2016年一汽轿车股份有限公司成长能力图表：2014-2015年一汽轿车股份有限公司短期偿债能力图表：2016年一汽轿车股份有限公司短期偿债能力图表：2014-2015年一汽轿车股份有限公司长期偿债能力图表：2016年一汽轿车股份有限公司长期偿债能力图表：2014-2015年一汽轿车股份有限公司运营能力图表：2016年一汽轿车股份有限公司运营能力图表：2014-2015年一汽轿车股份有限公司盈利能力图表：2016年一汽轿车股份有限公司盈利能力图表：2012-2014年通用汽车合并损益表图表：2012-2014年通用汽车不同部门净销售额和收入情况图表：2013-2015年通用汽车合并损益表图表：2014-2015年通用汽车不同部门净销售额和收入情况图表：2015-2016年通用汽车合并损益表（未审计）图表：2015-2016年通用汽车不同部门净销售额和收入情况图表

：2013-2014年大众集团合并损益表图表：2014-2015年大众集团合并损益表图表：2015-2016年大众集团合并损益表图表：2013-2014年北京现代合并损益表图表：2014-2015年北京现代合并损益表图表：2015-2016年北京现代合并损益表图表：2013-2014年广汽本田合并损益表图表

：2014-2015年广汽本田合并损益表图表：2015-2016年广汽本田合并损益表图表：2013-2014年奇瑞汽车合并损益表图表：2014-2015年奇瑞汽车合并损益表图表：2015-2016年奇瑞汽车合并损益表图表：2013-2014年比亚迪合并损益表图表：2014-2015年比亚迪合并损益表图表

：2015-2016年比亚迪合并损益表图表：2014-2016年安徽江淮汽车股份有限公司总资产和净资产图表：2014-2015年安徽江淮汽车股份有限公司营业收入和净利润图表：2016年安徽江淮汽车股份有限公司营业收入和净利润图表：2014-2015年安徽江淮汽车股份有限公司现金流量图表：2016年安徽江淮汽车股份有限公司现金流量图表：2015年安徽江淮汽车股份有限公司主营业务收入分行业图表：2015年安徽江淮汽车股份有限公司主营业务收入分区域图表

：2014-2015年安徽江淮汽车股份有限公司成长能力图表：2016年安徽江淮汽车股份有限公司成长能力图表：2014-2015年安徽江淮汽车股份有限公司短期偿债能力图表：2016年安徽江淮汽车股份有限公司短期偿债能力图表：2014-2015年安徽江淮汽车股份有限公司长期偿债能力图表：2016年安徽江淮汽车股份有限公司长期偿债能力图表：2014-2015年安徽江淮汽车股份有限公司运营能力图表：2016年安徽江淮汽车股份有限公司运营能力图表：2014-2015年安徽江淮汽车股份有限公司盈利能力图表：2016年安徽江淮汽车股份有限公司盈利能力图表：北

京现代旗下轿车主力车型销售情况图表：奇瑞销售情况图表：奇瑞产品国内销量比例图表：
江淮汽车公司各车型销量构成图表：江淮汽车公司各车型收入构成图表：2016-2020年中国轿
车销量预测图表：乘用车燃料消耗量限值（1）图表：乘用车燃料消耗量限值（2）略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/X51618EMHJ.html>