

2012-2016年中国轿车市场供需预测及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国轿车市场供需预测及发展趋势研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/118350.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

第一章、轿车简介

第一节、汽车概述

一、汽车的定义

二、汽车的基本构造

三、汽车的分类

四、汽车车身的演变

五、国产汽车产品型号编制规则

第二节、轿车介绍

一、轿车的定义

二、国外轿车分类

三、国内轿车分类

第二章、汽车行业发展分析

第一节、国际汽车行业发展概况

一、国际汽车工业发展变化特征

二、2009年世界汽车工业发展状况

三、2010年世界汽车工业发展状况

四、2011年世界汽车工业发展状况

第二节、中国汽车行业发展概况

一、中国汽车行业发展历程回顾

二、中国已成国际最大的汽车市场

三、“十一五”时期中国汽车工业发展综述

四、中国汽车产业自主品牌发展分析

第三节、2008-2011年中国汽车行业发展分析

一、2008年中国汽车行业发展分析

二、2009年中国汽车工业经济运行状况

三、2010年中国汽车行业发展分析

四、2011年中国汽车工业运行状况

第四节、中国汽车业发展存在的问题

一、中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈

二、中国汽车市场存在的主要问题

三、中国汽车产业仍大大而不强

四、中国汽车行业品牌国际化存在的不足

第五节、中国汽车业的发展对策

- 一、促进汽车消费市场发展的措施建议
- 二、中国汽车行业品牌国际化的对策建议
- 三、中国汽车行业可持续发展的措施
- 四、中国新能源汽车产业化发展建议
- 五、汽车产业未来发展应遵循的方向
- 第三章、国际轿车行业发展分析
 - 第一节、世界轿车行业概况
 - 一、节能环保小型车畅销国外轿车市场
 - 二、2009年世界轿车市场畅销排名分析
 - 三、2009年欧盟轿车市场价格运行概述
 - 四、国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场
 - 五、全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用
 - 第二节、美国
 - 一、2009年美国轿车业销售量排名状况
 - 二、2009年美国车市以旧换新计划效果明显
 - 三、2010年美国轿车市场销量概况
 - 四、2011年美国轿车市场销量概况
 - 第三节、德国
 - 一、2009年德轿车在华市场销售份额下降
 - 二、2010年德国轿车行业发展概况
 - 三、2011年德国轿车行业发展概况
 - 四、2012年1月德国轿车行业概况
 - 第四节、日本
 - 一、2007年日本轿车销量首跌
 - 二、2008年日本轿车全球市场销售状况
 - 三、2009年日系轿车在华市场份额减少的原因分析
 - 四、2010年日本轿车市场销售排名概况
 - 第五节、俄罗斯
 - 一、2009年俄罗斯轿车行业产销简况
 - 二、2010年俄罗斯轿车行业发展概况
 - 三、2011年俄罗斯轿车行业产销概况
 - 四、2011年俄罗斯轿车进出口概况
- 第四章、中国轿车行业状况
 - 第一节、中国轿车行业概况
 - 一、中国轿车行业发展历程

二、我国轿车行业运行综述

三、中国轿车市场从透支到正常的变化分析

四、国家节能汽车补贴政策对轿车行业的影响分析

五、中国轿车市场品牌结构分析

第二节、2008-2011年中国轿车市场发展分析

一、2008年中国轿车行业发展状况

二、2009年中国轿车行业发展状况

三、2010年中国轿车行业发展状况

四、2011年中国轿车行业发展状况

五、2011年中国轿车市场走势分析

第三节、2009-2011年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

一、2009年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

二、2010年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

三、2011年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

第四节、中国轿车市场消费分析

一、中国轿车市场的消费形势变化分析

二、影响轿车消费的主要因素

三、我国轿车市场消费者需求调查分析

四、对中国轿车消费市场的建议

第五节、价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读

一、价值分析方法

二、价值分析对轿车国产化的用途分析

三、轿车国产化项目的价值分析过程解读

第六节、中国轿车业发展存在的问题与对策分析

一、中国轿车产业发展过程中存在的问题

二、中国轿车服务体系存在不足

三、中国轿车存在轮胎安全隐患

四、中国轿车产业发展策略建议

五、促进轿车产业价值链发展的战略对策

六、对自主品牌企业未来发展的几点建议

第五章、微型轿车

第一节、微型轿车概述

一、微型轿车的历史地位

二、微型轿车的优势

三、微轿市场在车型升级中升温

四、我国微型轿车市场运动化态势明显

第二节、2004-2011年中国微型轿车发展分析

一、2004-2008年中国微型轿车行业运行回顾

二、2009年微型轿车行业发展的特点

三、2010年我国微型轿车市场发展概况

四、2011年我国微型轿车市场发展走势

五、2011年微型轿车市场自主品牌概况

第三节、电动微型轿车的相关分析

一、电动微型轿车应时而生

二、全面提高电动微型轿车的质量与性能

三、国家应全力支持电动微型轿车发展

四、电动微型轿车将走向世界

第四节、中国微型轿车面临的压力

一、成本压力

二、配套压力

三、产品压力

四、品牌压力

五、竞争压力

第五节、微型轿车发展对策及前景趋势

一、中国微型轿车企业发展对策

二、微型轿车将走俏市场

三、微型电动轿车前景广阔

第六章、经济型轿车

第一节、经济型轿车概述

一、经济型轿车定义及分类

二、经济型轿车主要特征

三、经济型轿车受市场青睐的原因

四、发展经济型轿车的意义

五、经济型轿车发展模式选择分析

第二节、中国经济型轿车行业发展分析

一、中国经济型轿车发展态势

二、中国经济型车市场的裂变分析

三、2008年经济型轿车市场运行状况

四、2009年经济型轿车市场运行特征

五、2010年中国经济型轿车市场分析

六、2011年中国经济型轿车市场分析

第三节、阻碍中国经济型轿车发展的几大因素

- 一、经济型轿车质量有待提高
- 二、消费观念影响经济型轿车的发展
- 三、基础配套设施问题

第四节、中国经济型轿车发展前景及趋势

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

第七章、其他轿车细分市场

第一节、豪华轿车发展概述

- 一、豪华轿车应满足的条件
- 二、2009年中国高档轿车市场稳定增长
- 三、2010年我国高档轿车市场分析
- 四、2011年国产豪华轿车市场分析
- 五、中国成为德国高档轿车全球最大市场

第二节、中高级轿车市场运行状况

- 一、2008年中国中高级轿车市场分析
- 二、2009年中高级轿车集体降价以自救
- 三、2010年国内中高级轿车市场运行分析
- 四、2011年我国中高级轿车市场运行分析

第三节、中高级轿车发展趋势

- 一、未来中高级轿车仍以合资产品为主
- 二、性价比提升是中高级轿车发展趋势
- 三、中高级轿车未来发展方向
- 四、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

第一节、2008-2009年中国轿车行业进出口分析

- 一、2008年我国轿车进口状况分析
- 二、2008年我国轿车出口状况分析
- 三、2009年我国轿车进口状况分析
- 四、2009年我国轿车出口状况分析

第二节、2010-2011年中国轿车行业进出口分析

- 一、2010年我国轿车进口状况分析
- 二、2010年我国轿车出口状况分析

三、2011年我国轿车进口状况分析

四、2011年我国轿车出口状况分析

第三节、中国自主品牌轿车出口分析

一、中国自主品牌轿车出口特点

二、自主品牌轿车出口概况

三、中国自主品牌轿车出口存在的问题

四、我国自主品牌轿车出口的发展对策

第九章、中国轿车市场竞争分析

第一节、中国轿车市场竞争概述

一、轿车企业的核心竞争力分析

二、我国轿车行业竞争的根本规律分析

三、2011年我国轿车市场竞争格局概况

四、国产与进口轿车竞争比较优劣势分析

五、中国轿车品牌与国外品牌的差距分析

第二节、中国轿车各细分市场概述

一、2008年微型轿车市场竞争状况分析

二、2009年豪华轿车市场竞争格局发生变化

三、2011年中高级轿车市场竞争态势

四、2011年中高级轿车制造商竞争策略

五、2011年中级轿车市场竞争态势

六、2011年经济型轿车市场竞争态势

第三节、提升中国轿车行业竞争力的建议

一、善用“钻石理论”

二、提高自主开发能力

三、利用新概念和个性化设计打开销售

四、提升中国品牌轿车竞争力的战略

五、改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议

第十章、中国轿车营销分析

第一节、中国轿车营销模式透析

一、中国轿车营销模式的内涵

二、中国轿车营销模式的选择分析

三、中国轿车营销模式的主要特点

第二节、轿车营销中的客户关系管理分析

一、CRM的起源及定义

二、中国轿车销售需要实施客户关系管理

三、实施客户关系管理的流程

四、在轿车营销中实施CRM存在的问题

第三节、中国轿车业营销渠道分析

一、轿车营销渠道的定义及作用

二、中国轿车行业渠道模式现状

三、中国轿车业渠道体制存在的问题

四、加强中国轿车渠道建设的对策

五、中国轿车构建营销渠道力的具体措施

第四节、中国轿车营销存在的问题

一、中国轿车营销体系需解决的问题

二、轿车营销传播存在的四大不足

三、软件建设存在差距

第五节、中国轿车市场营销策略分析

一、建立轿车营销模式的原则

二、我国轿车营销模式的发展思路

三、关于建立品牌经营营销模式的建议

四、关于轿车营销策略创新的对策

五、轿车促销策略分析

六、轿车营销传播策略

第十一章、轿车行业关联产业

第一节、汽车零部件

一、中国汽车零部件体系发展的总体综述

二、“十一五”中国汽车零部件工业取得巨大成就

三、“十一五”汽车零部件产业发展的显著特点

四、中国汽车零部件企业存在三大不足

五、中国汽车零部件业发展对策建议

第二节、钢铁

一、中国钢铁业发展历程

二、2009年中国钢铁行业运行状况回顾

三、2010年我国钢铁行业运行分析

四、2011年我国钢铁行业运行分析

五、中国钢铁工业发展对策建议

第三节、石油

一、石油概述

二、2009年我国石油市场运行综述

三、2010年我国石油行业运行状况

四、2011年我国石油行业运行状况

五、中国石油企业发展策略浅析

第四节、橡胶

一、橡胶概述

二、2008年中国橡胶市场运行状况

三、2009年我国橡胶行业发展回顾

四、2010年中国橡胶行业运行状况

五、2011年中国橡胶行业运行状况

第十二章、重点企业介绍

第一节、一汽轿车股份有限公司

一、企业简介

二、2009年1-12月一汽轿车经营状况分析

三、2010年1-12月一汽轿车经营状况分析

四、2011年1-9月一汽轿车经营状况分析

第二节、上海大众汽车有限公司

一、企业简介

二、2009年上海大众经营状况

三、2010年上海大众经营状况

四、2011年上海大众经营状况

第三节、上海通用汽车有限公司

一、公司简介

二、2009年上海通用经营状况

三、2010年上海通用经营状况

四、2011年上海通用经营状况

第四节、北京现代汽车有限公司

一、公司简介

二、2009年北京现代经营状况

三、2010年北京现代经营状况

四、2011年北京现代经营状况

第五节、广州本田汽车有限公司

一、公司简介

二、2009年广汽本田经营状况

三、2010年广汽本田经营状况

四、2011年广汽本田经营状况

第六节、安徽奇瑞汽车有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年奇瑞汽车经营状况
- 三、2010年奇瑞汽车经营状况
- 四、2011年奇瑞汽车经营状况

第七节、比亚迪汽车有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年比亚迪经营状况
- 三、2010年比亚迪经营状况
- 四、2011年比亚迪经营状况

第八节、安徽江淮汽车股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年江淮汽车经营状况
- 三、2010年江淮汽车经营状况
- 四、2011年江淮汽车经营状况

第十三章、中国轿车行业投资分析

第一节、汽车行业投资概况

- 一、国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入
- 二、国家投巨资支持央企开发汽车行业
- 三、我国汽车行业具有持续性投资价值
- 四、国内能源巨企纷纷投资汽车行业

第二节、轿车行业投资前景

- 一、政府不使用行政手段限制轿车投资
- 二、我国轿车行业极具投资潜力
- 三、微型轿车市场投资前景看好

第三节、轿车行业投资风险分析

- 一、轿车行业的进入壁垒风险
- 二、轿车替代品带来的风险
- 三、供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁
- 四、轿车行业内企业的竞争风险

第四节、轿车行业投资策略分析

- 一、轿车行业投资策略
- 二、轿车企业应积极采取措施应对风险

第十四章、轿车行业未来发展分析

第一节、汽车行业未来发展分析

- 一、全球汽车产业发展趋势综述
- 二、中国汽车产业将进入发展黄金期
- 三、“十二五”新能源汽车产业化进程将加速
- 四、“十二五”汽车工业发展的战略选择

第二节、轿车行业未来发展预测

- 一、未来我国轿车需求依然强劲
- 二、2012-2016年中国轿车行业发展预测分析
- 三、未来轿车将趋向多功能化
- 四、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1 国产汽车产品型号第二、三位数字含义
- 图表2 2006-2010年国内轿车市场份额变化比较
- 图表3 2007-2011年国内轿车市场份额变化比较
- 图表4 2008-2010年月度汽车销量变化情况
- 图表5 2008-2010年月度汽车销量同比变化情况
- 图表6 2009-2010年月度乘用车销量及同比变化情况
- 图表7 2009-2010年商用车月度销量及同比变化情况
- 图表8 2010年第六节、L及以下乘用车销量及同比变化情况
- 图表9 2010年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况
- 图表10 2010年国内汽车销售市场占有率
- 图表11 2009-2011年月度汽车销量及同比变化情况
- 图表12 2009-2011年月度乘用车销量变化情况
- 图表13 2009-2011年月度商用车销量变化情况
- 图表14 2009-2011年第六节、L及以下乘用车销量变化情况
- 图表15 2011年国内汽车销售市场占有率
- 图表16 2009年美国轿车车型销售量排行
- 图表17 2000-2009年我国各车型比例趋势
- 图表18 北京、上海、广州和深圳的R值趋势

图表19 2005-2009年我国各车系产量所占比重变化

图表20 购车人群形成过程模拟

图表21 2007-2009年轿车月度销量与同比增速

图表22 2009-2010年3月第六节、L以下轿车销量比例走势

图表23 历年（2005-2010）4月轿车产量环比增幅

图表24 2001-2010年汽车产能利用率走势

图表25 中国轿车自主品牌结构“3+X”组织框架

图表26 2007-2008年中国轿车月度销售情况汇总

图表27 2007-2008年中国轿车销量企业排行榜

图表28 2007-2008年轿车品牌销量排行榜

图表29 2007-2008年轿车销售（分排量）汇总表

图表30 2009年中国轿车市场销量前十品牌排名

图表31 2001-2011年12月各级别轿车份额走势

图表32 2010-2011年12月轿车各细分市场份走势

图表33 2005-2011年12月轿车各排量市场结构变化走势

图表34 2009年1-12月全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表35 2009年1-12月上海市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表36 2009年1-12月广东省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表37 2009年1-12月吉林省基本型乘用车（轿车）产量数据

图表38 2009年1-12月重庆市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表39 2009年1-12月北京市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表40 2009年1-12月天津市基本型乘用车（轿车）产量数据

图表41 2010年1-12月全国基本型乘用车产量数据

图表42 2010年1-12月上海市基本型乘用车产量数据

图表43 2010年1-12月广东省基本型乘用车产量数据

图表44 2010年1-12月吉林省基本型乘用车产量数据

图表45 2010年1-12月重庆市基本型乘用车产量数据

图表46 2010年1-12月天津市基本型乘用车产量数据

图表47 2010年1-12月安徽省基本型乘用车产量数据

图表48 2010年1-12月北京市基本型乘用车产量数据

图表49 2011年1-12月全国基本型乘用车产量数据

图表50 2011年1-12月上海市基本型乘用车产量数据

图表51 2011年1-12月广东省基本型乘用车产量数据

图表52 2011年1-12月吉林省基本型乘用车产量数据

图表53 2011年1-12月重庆市基本型乘用车产量数据

图表54 2011年1-12月北京市基本型乘用车产量数据

图表55 2011年1-12月天津市基本型乘用车产量数据

图表56 2011年1-12月安徽省基本型乘用车产量数据

图表57 消费者购车时考虑的因素

图表58 五国微型轿车所占轿车最高百分比

图表59 2004-2008年11月中国微型车各细分市场占比情况

图表60 2010年微轿市场与整体汽车市场增速对比

图表61 2010-2011年微型轿车主力品牌销量走势

图表62 2011年1-11月自主微型轿车销售情况

图表63 2011年1-11月自主微型轿车车型销量排名

图表64 经济型轿车的分类

图表65 2006-2008年经济型轿车逐月销量增长率对比

图表66 2010年销量前十位经济型轿车对比

图表67 2010年和2009年经济型轿车排名前十车型变化情况表

图表68 2011年1-11月经济型轿车市场逐月销量

图表69 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70 2011年1-11月经济型轿车占乘用车市场份额变化情况

图表71 2009-2011年经济型轿车自主与合资份额对比

图表72 2011年1-11月经济型轿车销量前十车型对比

图表73 2011年1-11月豪华轿车市场逐月销量情况

图表74 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75 2011年1-11月豪华轿车销量前十车型对比

图表76 2004-2008年中高级轿车品牌变化

图表77 2007-2008年中高级轿车品牌排名、销量及份额

图表78 2010年国内中高级轿车销售情况一览

图表79 2010年国内中高级轿车前十名市场占有率一览

图表80 2010年中高级轿车各系市场表现一览

图表81 2011年1-11月中高级轿车市场逐月销量情况

图表82 2011年中高级轿车市场与乘用车和行业整体增速对比

图表83 2011年1-11月中高级轿车占乘用车市场份额变化情况

图表84 2011年中高级轿车自主与合资品牌份额情况

图表85 2011年1-11月中高级轿车销量前十车型对比

图表86 2004-2008年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表87 2004-2008年各排量进口轿车海关报价季度走势对比

图表88 2008年轿车进口结构

图表89 2008年轿车进口价格

图表90 2004-2008年轿车各排量区间季度出口量走势

图表91 2008年轿车出口目标市场

图表92 2008年轿车出口目标市场价格变动情况

图表93 2005-2009年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表94 2008-2009年轿车进口国别特征

图表95 2009年轿车进口报价

图表96 2005-2009年轿车各排量区间季度出口量走势

图表97 2005-2009年轿车出口目标市场

图表98 2008-2009年轿车出口目标市场价格变动分析

图表99 2005-2010年进口轿车排量趋势分析

图表100 2006-2010年轿车进口来源国数量分析

图表101 2008-2010年轿车进口国别分析

图表102 2005-2010年轿车出口热点排量分析

图表103 2007-2010年我国轿车出口目标市场分析

图表104 2010年我国轿车企业出口比例分析

图表105 2009-2011年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表106 2006-2011年轿车进口来源国数量分析

图表107 2009-2011年轿车进口国别分析

图表108 2007-2011年轿车各排量区间季度出口量走势

图表109 2006-2011年轿车出口目标市场分析

图表110 B级车市场的区隔分布

图表111 两大竞争战略的市场分布

图表112 轿车商品相对竞争力的分析问题模型

图表113 消费者心目中最优秀的高档汽车品牌

图表114 消费者心目中最优秀的中档汽车品牌

图表115 消费者心目中最优秀的小型/经济汽车品牌

图表116 2004-2008年11月中国微轿市场企业集中度分析

图表117 2008年1-11月中国微型轿车生产企业市场占有率情况

图表118 2008年主要微轿品牌逐月销量走势(1)

图表119 2008年主要微轿品牌逐月销量走势(2)

图表120 波特的钻石理论图

图表121 通用汽车各子品牌市场定位

图表122 整车企业甄选零部件供应商的工作流程

图表123 2009年中国钢铁市场京津冀设备开工率情况

图表124 2008年10月-2009年12月津冀高炉与轧线开工率走势

图表125 2007-2009年中国粗钢产量对比

图表126 2009年1-11月中国长材、板材和管材产量及其比重

图表127 2007-2009年中国铁矿石进口对比

图表128 2007-2009年中国出口钢材对比

图表129 2009年12月25日中国主要市场（唐山、沈阳、上海、石家庄、广东）钢材库存

图表130 截至2011年11月的2011年CSPI价格指数走势图（一）

图表131 截至2011年11月的2011年CSPI价格指数走势图（二）

图表132 CSPI国内钢材价格指数变化表

图表133 截至2011年11月国内粗钢、生铁和钢材产量（一）

图表134 截至2011年11月国内粗钢、生铁和钢材产量（一）

图表135 2011年钢材社会总库存走势

图表136 2011年钢材进出口走势

图表137 2011年CRU国际钢材价格指数走势（一）

图表138 2011年CRU国际钢材价格指数走势（二）

图表139 2011年螺纹钢期货合约1201走势

图表140 2004-2009年中国原油和石油表观消费量情况

图表141 2007-2009年中国原油表观消费量月度变化情况

图表142 2002-2009年中国主要油品表观消费量增长率比较

图表143 2007-2009年各月中国原油加工量

图表144 2003-2009年中国原油和石油净进口量情况

图表145 2007-2009年中国月度石油净进口量情况

图表146 2008-2009年各月中国原油净进口量情况

图表147 2008年12月销区国产标准胶SCR5现货每吨成交价格

图表148 2008年12月丁苯橡胶销区市场每吨价格

图表149 2008年12月顺丁橡胶销区市场每吨价格

图表150 2009年国内天然橡胶月度生产情况

图表151 2009年国内合成橡胶月度生产情况

图表152 2009年我国天然橡胶进口情况。

图表153 2009年我国合成橡胶进口情况

图表154 2009年我国轮胎生产情况

图表155 2011年1-11月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156 2011年与2010年1-11月份橡胶行业主要指标增幅对比状况

图表157 2011年橡胶行业主要指标同比增长趋势状况

图表158 2011年与2010年1-11月份轮胎主要指标增幅对比状况

- 图表159 2011年轮胎主要指标同比增长趋势状况
- 图表160 2011年与2010年1-11月份力车胎主要指标增幅对比状况
- 图表161 2011年力车胎主要指标同比增长趋势状况
- 图表162 2011年与2010年1-11月份胶管胶带主要指标增幅对比状况
- 图表163 2011年胶管胶带主要指标同比增长趋势状况
- 图表164 2011年与2010年1-11月份橡胶制品主要指标增幅对比状况
- 图表165 2011年制品主要指标同比增长趋势状况
- 图表166 2011年与2010年1-11月份乳胶主要指标增幅对比状况
- 图表167 2011年乳胶主要指标同比增长趋势状况
- 图表168 2011年与2010年1-11月份胶鞋主要指标增幅对比状况
- 图表169 2011年胶鞋主要指标同比增长趋势状况
- 图表170 2011年与2010年1-11月份炭黑主要指标增幅对比状况
- 图表171 2011年炭黑主要指标同比增长趋势状况
- 图表172 2011年与2010年1-11月份废橡胶综合利用主要指标增幅对比状况
- 图表173 2011年废橡胶综合利用主要指标同比增长趋势状况
- 图表174 2011年与2010年1-11月份模具主要指标增幅对比状况
- 图表175 2011年模具主要指标同比增长趋势状况
- 图表176 2011年与2010年1-11月份橡胶助剂主要指标增幅对比状况
- 图表177 2011年橡胶助剂主要指标同比增长趋势状况
- 图表178 2009-2011年11月技术分类天然胶价格走势状况
- 图表179 2009年1-12月一汽轿车主要财务数据
- 图表180 2009年1-12月一汽轿车非经常性损益项目及金额
- 图表181 2007年-2009年一汽轿车主要会计数据
- 图表182 2007年-2009年一汽轿车主要财务指标
- 图表183 2009年1-12月一汽轿车主营业务分行业、产品情况
- 图表184 2009年1-12月一汽轿车主营业务分地区情况
- 图表185 2010年1-12月一汽轿车主要财务数据
- 图表186 2010年1-12月一汽轿车非经常性损益项目及金额
- 图表187 2008年-2010年一汽轿车主要会计数据
- 图表188 2008年-2010年一汽轿车主要财务指标
- 图表189 2010年1-12月一汽轿车主营业务分行业、产品情况
- 图表190 2010年1-12月一汽轿车主营业务分地区情况
- 图表191 2011年1-9月一汽轿车主要会计数据及财务指标
- 图表192 2011年1-9月一汽轿车非经常性损益项目及金额
- 图表193 2009年北京现代旗下轿车主力车型销售情况

图表194 2009年1-12月奇瑞销售情况

图表195 2009年奇瑞产品国内销量比例

图表196 2009年江淮汽车公司各车型销量构成

图表197 2009年江淮汽车公司各车型收入构成

图表198 2012-2016年中国轿车销量预测

图表199 乘用车燃料消耗量限值（1）

图表200 乘用车燃料消耗量限值（2）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/118350.html>