

2012-2015年轿车行业市场 全景调研及投资评估深度研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2012-2015年轿车行业市场全景调研及投资评估深度研究报告》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.cction.com/report/201201/81554.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

→内容简介

汽车是国民经济的支柱产业。轿车占据了中国汽车市场53.73%的销售份额，轿车业的地位决定中国汽车业的地位。轿车产业代表着当今世界制造技术的先进水平，任何一个汽车生产大国必然是装备制造业强国。轿车对相关产业的拉动作用非常大。一辆轿车有1万多个零部件构成，涉及机械、电子、石化、钢铁、纺织、橡胶、玻璃等30多个行业。汽车业占我国GDP的比重约为2%。国内轿车制造业每增值1元，可以带动上下游关联产业2.64元的增值。目前，我国汽车产销已经从商用车为主转向以乘用车为主，尤其是以家用轿车为主。“十一五”期间，我国轿车分价格段产品销量结构相对稳定，其中10万元及以下市场处于扩张态势，2010年10万元及以下轿车市场的比重略小于2009年。根据结构的变化趋势可以判断，我国轿车普及正在加速。目前，我国一、二线城市已经进入了私家车的置换期，有的家庭开始买第二辆、第三辆车了，轿车消费升级已经悄然开始。或者说，随着私家车的消费日渐成熟起来，品牌对消费的影响也将日益明显。品牌提升意味着品牌的盈利能力、溢价能力的提升，如果自主品牌不能实现品牌提升，在未来的竞争中将处于非常不利的地位。在“十一五”期间自主品牌占总销量的比重和销售额比重都是处于增长状态，但与国外品牌相比，在各个价格段的细分市场上，自主品牌的优势都在缩小。自主品牌的增长是建立在品牌增加的基础之上，而国外品牌的增长是建立在品牌减少的基础之上，在中国市场整体快速增长的状况下，这种对比带来的反差表明，自主品牌的盈利能力正在下降。

2011年，国内汽车行业产销增速放缓的局面基本确定，1至10月，国内汽车销量为1516.06万辆，同比增长3.15%，其中，前10个月国内乘用车销量为1176万辆，同比增长5.86%；前10个月商用车销量为340.06万辆，同比下滑5.25%，总体上来讲，2011年汽车销量增速回落明显。车市增速下滑，自主品牌压力最大。自主品牌轿车市场占有率2011年以来呈连续下滑之势，2011年7月份，已降至24.59%，比2010年年底的34.12%下降了近10个百分点。自主品牌轿车份额下滑，与2011年我国汽车行业多项刺激政策的退出直接相关。由于自主品牌车企主攻1.6升以下的经济型轿车及微车，小排量车购置税减免、汽车下乡、节能车补贴等政策的淡出，对小排量车的影响最为明显。在众多城市开始对汽车总量进行控制的背景下，消费者购车更倾向于“一步到位”，也给自主品牌及小排量车带来了冲击。汽车市场的刚性需求，紧凑型家轿无疑排名第一，其原因在于车主群体的日趋年轻化。所以，紧凑型家轿也就成了这一年龄段消费群体的首选。在这一消费群体的热捧下，2011年以来每月车型销量综合排名中，紧凑型轿车往往占据其中十之八九。而紧凑型车市场，重点比拼的也就是如何满足年轻消费群体对时尚、动感、经济适用的需求。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国汽车工业协会、全国及海外多种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最新资料。报告首先从轿车市场入手分析，对我国轿车行业的整体运行环境进行了细致分析，且还详细的分析了我国轿车行业发展现状，并对国内重点轿车企业及我国轿车行业的技术现状和趋势进行了深入透彻地分析，对轿车市场发展状态进行了详尽阐述，对行业的竞争格局进行了深度剖析，揭示了轿车行业新的发展机会，以及当前面临问题的应对策略，有助于企业准确把握行业趋势和市场机会，为企业经营决策提供重要的参考依据。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展分析

第一章 2011年全球汽车行业分析 1

第一节 2010年全球汽车市场回顾 1

一、2010年全球车市盘点 1

二、2010年全球主要汽车集团分析 5

三、2010年全球汽车行业重大事件 6

四、2010年全球轿车销量增长情况 7

第二节 2011年全球汽车市场分析 8

一、2011年全球汽车市场分析 8

二、2011年全球汽车企业分析 9

三、2011年日本地震改写全球汽车格局 11

第三节 2011年全球汽车产业格局 11

一、传统汽车市场相对低迷、转型与转移 12

二、新兴市场将带动全球汽车走向未来 16

三、制约中国汽车发展的瓶颈 23

第四节 2012-2015年全球汽车产业格局发展趋势 28

一、汽车传统市场的瓶颈新兴市场的机遇 29

二、欧美国家的优势与新兴市场的挑战 30

三、未来世界汽车趋势 30

四、世界汽车业更依靠中国 32

五、中国汽车融入世界 33

六、俄罗斯将成欧洲最大轿车市场 35

第二章 2011年中国汽车行业分析 36

第一节 2010年中国汽车行业发展回顾 36

一、2010年中国汽车制造业运行情况 36

二、2010年中国汽车市场现状分析 37

三、2010年中国汽车行业进出口分析 39

四、2010年中国汽车行业二手车分析 41

五、2010年中国汽车召回分析 42

六、2010年主要汽车企业市场表现分析 43

七、2010年跨国集团的中国市场分析 45

八、2010年行业大事件 46

第二节 2011年中国汽车行业分析 48

一、2011年汽车行业运行状况 48

二、2011年中国汽车行业调整分析 51

三、2011年中国汽车行业进出口分析 55

四、2011年中国汽车产量统计 57

五、2011年中国汽车市场销量 62

六、2011年重点汽车企业销售 69

七、2011年中国汽车价格走势 70

第三节 汽车产业“十二五”发展展望 71

一、“十一五”中国汽车工业发展的特点 71

二、“十二五”汽车工业发展的战略选择 76

三、“十二五”推动汽车工业发展的政策建议 77

第三章 2011年中国轿车行业分析 81

第一节 2011年中国轿车行业现状 81

一、中国轿车产业的现状 81

二、中国轿车战略发展 83

三、中国轿车设计的价值观 88

第二节 2011年中国轿车行业产业链分析 91

一、我国轿车产业价值链现状 91

二、促进轿车产业价值链发展的战略对策 93

三、我国轿车产业价值链发展模式分析 95

第三节 中国轿车品牌分析 96

一、本土轿车品牌现状 96

二、本土轿车品牌所面临的问题和威胁 100

三、前景展望及其影响 101

第二部分 市场发展分析

第四章 2011年中国轿车市场分析 103

第一节 2011年中国轿车市场分析 103

一、2011年中国轿车市场需求分析 103

二、2011年中国家用市场新需求 104

第二节 2011年中国自主轿车市场分析 105

一、2010年自主轿车市场分析 105

二、中国轿车的自主品牌路线 107

三、2011年自主品牌轿车市场分析 109

四、自主品牌轿车的品质与验证 109

第三节 2011年自主轿车市场产销分析 116

一、2011年自主品牌乘用车企销量分析 116

二、2011年前十家轿车生产企业销量情况 121

三、2011年前十位轿车品牌销量情况 122

四、2011年中国轿车产量统计 122

五、2011年中国轿车市场产销情况 126

第四节 2011年中国轿车进出口分析 128

一、2011年中国汽车进出口分析 128

二、2011年中国轿车进口趋势 129

三、2011年中国轿车出口数量数据统计 131

四、2011年中国轿车出口金额数据统计 133

五、2011年中国轿车进口数量数据统计 135

六、2011年中国轿车进口金额数据统计 137

第五章 2011年中国轿车细分市场分析 139

第一节 2011年中国经济型轿车市场分析 139

一、2010年中国经济型轿车市场分析 139

二、2011年中国经济型轿车市场分析 141

三、中国经济型车在自主轿车中的地位	145
四、我国经济型轿车市场现状分析	146
五、我国经济型轿车市场营销对策	147
第二节 2011年中国中级轿车市场分析	149
一、2010年中国中级轿车市场分析	149
二、2011年中级车成受众最大细分市场	150
第三节 2011年中国中高级轿车市场分析	154
一、2011年中国中高级轿车市场分析	154
二、2011年中高级轿车市场格局	157
三、限牌换购政策对中高级轿车市场影响	160
第四节 2011年中国豪华轿车市场分析	162
一、2011年中国豪华轿车市场分析	162
二、2011年国产豪华轿车市场分析	166
三、宝马、奥迪争夺中国豪华轿车市场	169
第五节 2011年中国紧凑型轿车市场分析	170
一、中国紧凑型轿车市场分析	170
二、2011年紧凑型车消费群体分析	172
三、2011年中国紧凑型轿车市场格局有变化	173
四、2012年众车企押“宝”紧凑型公车市场	174
第六节 2011年中国微型轿车市场分析	176
一、中国微型车现状	176
二、2011年中国微型轿车市场走势分析	178
三、2011年中国微型车市场增长分析	180
第六章 2011年中国轿车消费分析	182
第一节 2011年中国轿车消费分析	182
一、2011年我国轿车用户分析	182
二、2011年中国汽车消费趋势	183
第二节 影响中国轿车消费因素	185
一、汽车价格因素	185
二、消费者的收入因素	186
三、轿车消费政策因素	187
四、消费者养车的压力因素	188

五、消费者心理预期因素 188

六、影响我国轿车消费的消费者自身的因素 189

第三节 中国主要城市汽车消费分析 191

一、上海市汽车消费分析 191

二、广东省汽车消费分析 192

三、深圳市汽车消费分析 194

四、杭州市汽车消费分析 196

五、天津市汽车消费分析 201

六、成都市汽车消费分析 202

七、西安市汽车消费分析 211

八、长春市汽车消费分析 214

九、哈尔滨市汽车消费分析 214

第三部分 相关行业与营销分析

第七章 2011年轿车相关行业分析 225

第一节 2011年汽车零部件行业分析 225

一、2011年汽车零部件市场回顾 225

二、2011年中国汽车零部件机会 226

三、2011年中国汽车电子市场 227

四、2011年汽车GPS产品趋势 228

五、2011年汽车多媒体发展趋势 229

第二节 2011年中国钢铁行业分析 230

一、2011年中国钢铁行业运行情况分析 230

二、2011年中国钢铁业市场现状分析 231

三、2011年国内钢材市场回顾及展望 233

四、2012年钢材市场走势预测 239

第三节 2011年中国成品油行业分析 246

一、2011年中国成品油市场分析 246

二、2011年中国成品油市场变化的新特点 253

三、2011年成品油南北供需平衡状况 256

四、“十二五”期间国内成品油需求将维持刚性增长 258

第八章 2011年中国轿车市场营销分析 260

第一节 我国轿车市场营销现状与问题 260

一、我国轿车市场营销现状	260
二、我国轿车市场营销存在的问题	260
三、我国轿车市场营销策略创新	262
四、我国汽车营销的发展趋势	265
第二节 2010年中国汽车营销创新分析	265
一、2010年中国汽车营销创新与突破	265
二、2010年中国汽车营销面临的困难与挑战	269
第三节 2011年中国汽车营销创新方向与趋势	270
一、汽车营销思想与营销理论升级与创新	270
二、汽车营销战略与策略创新工具	271
三、中国自主品牌汽车企业的挑战和机遇	272
第四节 2012-2015年中国轿车市场营销策略	275
一、当前我国轿车厂商的营销策略	275
二、我国轿车行业营销趋向	281
三、我国轿车营销的新策略	283
第四部分 行业竞争分析	
第九章 2011年中国轿车行业竞争分析	285
第一节 2011年中国轿车行业竞争状况	285
一、“十一五”自主品牌轿车的竞争分析	285
二、中国轿车行业竞争结构分析	291
三、2011年中高级轿车市场竞争	293
四、车市竞争轿车让位SUV	295
第二节 中国轿车市场竞争的根本规律	298
一、中国轿车市场竞争的根本规律	298
二、轿车商品的顾客价值构成	299
三、顾客价值主导时代的市场发展趋势	301
四、中国轿车市场的两大竞争战略	302
五、中国轿车市场竞争的基本作用力	304
第三节 我国自主品牌轿车SWOT分析	305
一、自主品牌轿车发展的优势	305
二、自主品牌的劣势	307
三、自主品牌轿车发展的机会	308

四、自主品牌轿车发展的主要威胁	309
第四节 中国自主轿车行业竞争策略	310
一、自主品牌轿车发展的策略	310
二、自主品牌轿车市场竞争对策	312
第五节 中国汽车产业的国际竞争分析与策略	318
一、外商投资对中国汽车产业的影响	318
二、中国汽车产业国际竞争态势分析	320
三、中国汽车产业国际竞争力分析	321
四、提升中国汽车产业国际竞争力的策略	325
第十章 2011年中国轿车主要竞争企业分析	328
第一节 比亚迪汽车	328
一、企业基本情况	328
二、2011年企业经营状况	330
三、2011年企业拓展分析	330
四、2011年企业发展情况	332
五、2011年企业渠道分析	333
第二节 奇瑞汽车	337
一、企业基本概述	337
二、2011年企业经营状况	341
三、2011年企业市场销售	342
第三节 吉利汽车	343
一、企业基本概述	343
二、2011年企业经营状况	346
三、2011年企业发展情况	347
四、2011年企业国际化情况	351
第四节 长安汽车	353
一、企业基本概述	353
二、2011年企业经营状况	355
三、2011年企业市场销量	360
第五节 上海汽车	361
一、企业基本概述	361
二、2011年企业经营状况	366

三、2011年企业市场销量 370

第六节 华晨汽车 372

一、企业基本概述 372

二、2011年企业经营状况 375

第七节 长城汽车 376

一、企业基本概述 376

二、2011年企业经营状况 382

第八节 一汽轿车 386

一、企业基本概述 386

二、2011年企业经营状况 388

三、企业竞争优势分析 392

四、未来企业发展战略 393

第九节 江淮汽车 394

一、企业基本概述 394

二、2011年企业经营状况 396

三、2011年企业发展方向 401

第十节 广汽集团 402

一、企业基本概述 402

二、2011年企业经营状况 403

第五部分 行业发展趋势与投资分析

第十一章 2012-2015年中国轿车发展趋势及预测 405

第一节 2012-2015年中国轿车发展趋势 405

一、自主品牌向中高级轿车市场发力 405

二、自主品牌轿车份额发展趋势 408

三、中国轿车柴油化趋势 409

四、汽车轻量化成车业发展趋势 410

第二节 2012-2015年中国轿车发展预测 420

一、2012-2015年中国汽车市场预测 420

二、2012-2015年中国轿车消费市场预测 420

三、2012-2015年家庭轿车市场发展预计 424

第十二章 2012-2015年中国轿车投资分析 427

第一节 2005-2011年中轿车行业投资情况 427

一、中国新增轿车生产能力	427
二、中国全社会轿车建设规模	428
三、中国全社会轿车本年施工规模	429
四、中国全社会轿车本年新开工规模	430
五、中国全社会轿车累计新增生产能力	431
六、中国全社会轿车本年新增生产能力	432
第二节 2012-2015年中国轿车投资环境分析	433
一、宏观经济形势预测	433
二、产业政策环境预测	435
第三节 2012-2015年中国轿车投资前景分析	436
一、2012-2015年中国小型电动轿车需求分析	436
二、2012-2015年小型电动轿车市场前景分析	437
三、2012-2015年中国中高级轿车市场前景	441
四、2012-2015年中国中高级轿车市场空间	443
五、2012-2015年自主品牌轿车面临的机遇	445
第四节 2012-2015年中国轿车投资策略	447

图表目录

图表：2011年1-11月汽车产量全国统计	57
图表：2011年1-11月汽车产量北京统计	57
图表：2011年1-11月汽车产量天津统计	57
图表：2011年1-11月汽车产量河北统计	57
图表：2011年1-11月汽车产量山西统计	57
图表：2011年1-11月汽车产量内蒙古统计	58
图表：2011年1-11月汽车产量辽宁统计	58
图表：2011年1-11月汽车产量吉林统计	58
图表：2011年1-11月汽车产量黑龙江统计	58
图表：2011年1-11月汽车产量上海统计	58
图表：2011年1-11月汽车产量江苏统计	58
图表：2011年1-11月汽车产量浙江统计	59
图表：2011年1-11月汽车产量安徽统计	59
图表：2011年1-11月汽车产量福建统计	59
图表：2011年1-11月汽车产量江西统计	59

图表：2011年1-11月汽车产量山东统计 59

图表：2011年1-11月汽车产量河南统计 59

图表：2011年1-11月汽车产量湖北统计 60

图表：2011年1-11月汽车产量湖南统计 60

图表：2011年1-11月汽车产量广东统计 60

图表：2011年1-11月汽车产量广西统计 60

图表：2011年1-11月汽车产量海南统计 60

图表：2011年1-11月汽车产量重庆统计 60

图表：2011年1-11月汽车产量四川统计 61

图表：2011年1-11月汽车产量贵州统计 61

图表：2011年1-11月汽车产量云南统计 61

图表：2011年1-11月汽车产量陕西统计 61

图表：2011年1-11月汽车产量甘肃统计 61

图表：2011年1-11月汽车产量新疆统计 61

图表：2009年国内前20名企业乘用车销售情况 110

图表：品质控制环节 鱼刺图 111

图表：品质体系保证模型 115

图表：2011年10月自主品牌乘用车销量排名 117

图表：2011年1-10月自主品牌乘用车销量排名 118

图表：2011年10月自主品牌销量前十排名变化 119

图表：2011年1-10月自主品牌销量前十排名变化 120

图表：2011年1-11月轿车产量全国统计 122

图表：2011年1-11月轿车产量北京统计 122

图表：2011年1-11月轿车产量天津统计 122

图表：2011年1-11月轿车产量河北统计 122

图表：2011年1-11月轿车产量辽宁统计 123

图表：2011年1-11月轿车产量吉林统计 123

图表：2011年1-11月轿车产量黑龙江统计 123

图表：2011年1-11月轿车产量上海统计 123

图表：2011年1-11月轿车产量江苏统计 123

图表：2011年1-11月轿车产量浙江统计 123

图表：2011年1-11月轿车产量安徽统计 124

图表：2011年1-11月轿车产量福建统计 124

图表：2011年1-11月轿车产量江西统计 124

图表：2011年1-11月轿车产量山东统计 124

图表：2011年1-11月轿车产量河南统计 124

图表：2011年1-11月轿车产量湖北统计 124

图表：2011年1-11月轿车产量湖南统计 125

图表：2011年1-11月轿车产量广东统计 125

图表：2011年1-11月轿车产量广西统计 125

图表：2011年1-11月轿车产量海南统计 125

图表：2011年1-11月轿车产量重庆统计 125

图表：2011年1-11月轿车产量四川统计 125

图表：2011年1-11月轿车产量贵州统计 126

图表：2011年1-11月轿车产量云南统计 126

图表：2011年1-11月轿车产量陕西统计 126

图表：2011年1-11月轿车产量甘肃统计 126

图表：2009年1季度中国轿车市场产销 126

图表：2009年2季度中国轿车市场产销 127

图表：2009年3季度中国轿车市场产销 127

图表：2009年4季度中国轿车市场产销 127

图表：2010年1季度中国轿车市场产销 127

图表：2010年2季度中国轿车市场产销 127

图表：2010年3季度中国轿车市场产销 127

图表：2010年4季度中国轿车市场产销 128

图表：2011年1季度中国轿车市场产销 128

图表：2011年2季度中国轿车市场产销 128

图表：2011年3季度中国轿车市场产销 128

图表：2011年1月中国小轿车(包括整套散件)出口数量统计 131

图表：2011年2月中国小轿车(包括整套散件)出口数量统计 131

图表：2011年3月中国小轿车(包括整套散件)出口数量统计 131

图表：2011年4月中国小轿车(包括整套散件)出口数量统计 132

图表：2011年5月中国小轿车(包括整套散件)出口数量统计 132

图表：2011年6月中国小轿车(包括整套散件)出口数量统计 132

图表：2011年9月中国小轿车(包括整套散件)进口金额统计 138

图表：2011年10月中国小轿车(包括整套散件)进口金额统计 138

图表：2010年整体市场与经济轿车市场增速对比 139

图表：2010年销量前十名经济型轿车对比 140

图表：2010年和2009年排名前十型变化情况表 141

图表：2011年1-10月经济型轿车市场逐月销量 142

图表：经济型轿车市场增速与狭义乘用车市场整体增速对比 142

图表：2011年1-10月经济型轿车市场份额变动情况 143

图表：经济型轿车自主与合资份额情况 143

图表：2011年1-10月经济型轿车销量前十车型 144

图表：2011年1-11月中高级轿车市场逐月销量情况 154

图表：中高级车市场与乘用车和行业整体增速对比 155

图表：2011年1-11月中高级车占乘用车市场份额变化情况 155

图表：中高级轿车市场自主与合资份额情况对比 156

图表：2011年1-11月中高级轿车销量前十车型对比 157

图表：2011年1-6月豪华轿车市场逐月销量 163

图表：豪华车市与行业整体增速对比 163

图表：豪华轿车占狭义乘用车市场份额情况 164

图表：豪华轿车市场合资与自主品牌市场份额情况 165

图表：1-6月豪华轿车销量前十车型对比分析 165

图表：2011年1-10月豪华轿车市场逐月销量情况 167

图表：豪华轿车市场与狭义乘用车和行业整体增速对比 167

图表：2011年1-10月豪华轿车占狭义乘用车市场份额变化情况 168

图表：豪华轿车自主与合资份额情况 168

图表：2011年1-10月豪华轿车销量前十车型对比 169

图表：成都市历年汽车销量情况 202

图表：汽车09年10年销量对比情况 202

图表：2010年成都汽车销量结构 204

图表：成都市历年国产汽车消费情况 205

图表：国产轿车09年10年销量对比情况 205

图表：2010-2011年汽油实际消费量（日均）月度对比 247

图表：2010-2011年柴油实际消费量（日均）月度对比 247

图表：2011年国内炼厂运行以及汽柴油供需情况 248

图表：近期中国油品进出口数量统计 248

图表：2011年1-5月竞争性市场汽柴油批发价格走势 249

图表：2011年6-9月主要省（市、区）汽油与柴油价格 250

图表：2009-2011年汽油产量季度变化 251

图表：2009-2011年柴油产量季度变化 252

图表：B级车市场的区隔分布 301

图表：两大竞争战略的市场分布 303

图表：轿车商品相对竞争力的分析问题模型 305

图表：2011年重庆长安汽车股份有限公司主营构成 356

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司每股指标 357

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司获利能力 357

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司经营能力 357

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司偿债能力 357

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司资本结构 358

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司发展能力 358

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司现金流量 358

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司主营业务收入 358

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司主营业务利润 359

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司营业利润 359

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司利润总额 359

图表：2010-2011年重庆长安汽车股份有限公司净利润 360

图表：2011年上海汽车集团股份有限公司主营构成 366

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司每股指标 367

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司获利能力 367

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司经营能力 368

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司偿债能力 368

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司资本结构 368

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司发展能力 368

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司现金流量 368

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司主营业务收入 369

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司主营业务利润 369

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司营业利润 369

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司利润总额 370

图表：2010-2011年上海汽车集团股份有限公司净利润 370

图表：2011年长城汽车股份有限公司主营构成 383

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司每股指标 383

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司获利能力 383

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司经营能力 384

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司偿债能力 384

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司资本结构 384

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司发展能力 384

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司现金流量 385

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司主营业务收入 385

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司主营业务利润 385

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司营业利润 385

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司利润总额 386

图表：2010-2011年长城汽车股份有限公司净利润 386

图表：2011年一汽轿车股份有限公司主营构成 388

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司每股指标 389

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司获利能力 389

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司经营能力 390

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司偿债能力 390

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司资本结构 390

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司发展能力 390

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司现金流量 391

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司主营业务收入 391

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司主营业务利润 391

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司营业利润 391

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司利润总额 392

图表：2010-2011年一汽轿车股份有限公司净利润 392

图表：2011年安徽江淮汽车股份有限公司主营构成 397

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司每股指标 397

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司获利能力 397

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司经营能力 398

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司偿债能力 398

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司资本结构 398

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司发展能力 399

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司现金流量 399

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司主营业务收入 399

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司主营业务利润 400

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司营业利润 400

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司利润总额 400

图表：2010-2011年安徽江淮汽车股份有限公司净利润 400

图表：2005年中国新增轿车生产能力 427

图表：2006年中国新增轿车生产能力 427

图表：2007年中国新增轿车生产能力 427

图表：2008年新增轿车生产能力 427

图表：2009年中国新增轿车生产能力 427

图表：2010年中国新增轿车生产能力 428

图表：2005年中国全社会轿车建设规模 428

图表：2006年中国全社会轿车建设规模 428

图表：2007年中国全社会轿车建设规模 428

图表：2008年中国全社会轿车建设规模 428

图表：2009年中国全社会轿车建设规模 428

图表：2010年中国全社会轿车建设规模 429

图表：2005年中国全社会轿车本年施工规模 429

图表：2006年中国全社会轿车本年施工规模 429

图表：2007年中国全社会轿车本年施工规模 429

图表：2008年中国全社会轿车本年施工规模 429

图表：2009年中国全社会轿车本年施工规模 429

图表：2010年中国全社会轿车本年施工规模 430

图表：2005年中国全社会轿车本年新开工规模 430

图表：2006年中国全社会轿车本年新开工规模 430

图表：2007年中国全社会轿车本年新开工规模 430

图表：2008年中国全社会轿车本年新开工规模 430

图表：2009年中国全社会轿车本年新开工规模 430

图表：2010年中国全社会轿车本年新开工规模 431

图表：2005年中国全社会轿车累计新增生产能力 431

图表：2006年中国全社会轿车累计新增生产能力 431

图表：2007年中国全社会轿车累计新增生产能力 431

图表：2008年中国全社会轿车累计新增生产能力 431

图表：2009年中国全社会轿车累计新增生产能力 431

图表：2010年中国全社会轿车累计新增生产能力 432

图表：2005年中国全社会轿车本年新增生产能力 432

图表：2006年中国全社会轿车本年新增生产能力 432

图表：2007年中国全社会轿车本年新增生产能力 432

图表：2008年中国全社会轿车本年新增生产能力 432

图表：2009年中国全社会轿车本年新增生产能力 432

图表：2010年中国全社会轿车本年新增生产能力 433

图表：主要国际机构对2011、2012年世界经济增长速度的预测 434

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201201/81554.html>