

2006年中国轿车市场营销年度总 报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2006年中国轿车市场营销年度总报告》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.abaogao.com/b/jiaochef774128EQ0P.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

[b]2006年中国[b]轿车[b]市场营销年度总报告 内容介绍：[/b]

[b]第1篇：轿车及轿车市场1 ~ [/b]

[b]第2篇：中国轿车产业及自主品牌轿车市场分析3 ~ [/b]

[b]第1章：中国轿车产业发展阶段的尝试性划分3 ~ [/b]

第1节：轿车产业初创阶段（1955—1984）3 ~

第2节：轿车产业形成阶段（1985—1997）5 ~

第3节：轿车产业快速发展阶段（1998—2003）7 ~

第4节：轿车产业国际与本土化阶段（2004年后）9 ~

[b]第2章：2006中国年自主品牌轿车市场分析15 ~ [/b]

第1节：中系轿车市场份额排名分析

第2节：日系、德系、美系、韩系、法系、意系轿车市场份额排名分析

第3节：自主品牌民族企业轿车出口市场分析17 ~

自主品牌民族企业轿车出口市场份额分析

自主品牌民族企业轿车出口车型分析

[b]第3篇：中国轿车发展的核心问题分析47 ~ [/b]

第1节：我国家用轿车企业的技术研发问题47 ~

我国家用轿车企业技术自主研发的重要性

我国家用轿车企业技术自主研发的必要性48 ~

第2节：入世对我国家用轿车产业的影响 50 ~

降低关税和取消配额许可证的影响 50 ~

取消国产化政策的影响

第3节：家用轿车消费信贷市场的影响 53 ~

中国家用轿车消费信贷发展模式研究61 ~ [/b]

第1节：轿车进入我国家庭的战略意义和指导方针61 ~

轿车进入我国家庭的战略意义

轿车进入我国家庭的指导方针62 ~

第2节：轿车进入我国家庭的发展模式64 ~

国外轿车进入家庭的主要模式64 ~

轿车进入我国家庭的发展模式66 ~

[b]第5篇：中国经济型轿车的发展现状68 ~ [/b]

[b]第1章：中国经济型轿车简要历程回顾68 ~ [/b]
[b]第2章：中国经济型轿车主要品牌概况71 ~ [/b]
[b]第3章：中国经济型轿车的市场特征76 ~ [/b]
[b]第4章：中国经济型轿车品牌营销存在的问题84 ~ [/b]
[b]第6篇：中国轿车发展对策研究231 ~ [/b]
第1节：我国家用轿车消费政策优化的对策建议
第2节：我国家用轿车企业提高自主研发能力的对策建议
第3节：我国家用轿车产业完善售后服务的对策建议
第4节：中国家用轿车消费信贷市场集中度
表5：中美市场上部分相同车型价格比较
表6：直销式主要汽车品牌网络现状
表7：2006年本土汽车企业产品品牌分布图
表8：2006年MPV销量排名
表9：2006年本土汽车企业产品媒体广告投放情况
表10：中国主要轿车生产企业的市场占有率
表11：世界主要汽车生产园市场集中度
表12：中国轿车产业集中度变化
表13：中德汽车市场车型销售对比
表14：中美汽车市场一些主流车型2005年售价比较
表15：国产轿车主要品牌广告投放费用比较

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaochef/774128EQ0P.html>