



### 世界汽车制造商年鉴2008

市场规模首次突破7,000万辆, 竞相实施地域战略及收益战略争夺市场份额

■ 发刊日期: 2008年3月  
■ 体 裁: A4/529页  
■ 价 格: 7,800元/册 (含国内邮资)

◆收录各汽车制造商的中长期战略、人事组织、财务、生产和设备投资计划、技术研发体制、零部件采购政策、海外事业、产品投放及营销规划、资本及技术合作等各方面的最新动向。  
◆分析各制造商针对新兴地区的发展战略及世界战略车型的投放现状及计划。  
◆将新兴国家中发展较快的汽车制造商达西亚(罗马尼亚)、Mahindra&Mahindra(印度)、Ashok Leyland(印度)、上汽通用五菱(中国)等纳入分析范畴。

主要目录	
第1章	世界汽车制造商的竞争领域定位 .....1
第2章	通用集团.....43
第3章	丰田集团.....89
第4章	福特集团 .....135
第5章	大众集团 .....185
第6章	雷诺/日产集团.....223
第7章	戴姆勒集团与克莱斯勒 .....263
第8章	欧日韩独立系汽车制造商 .....305
第9章	欧美商用车制造商 .....443
第10章	亚洲汽车制造商 .....473



### FOURIN世界汽车调查月报

中国汽车企业开展全球业务必备参考资料!!

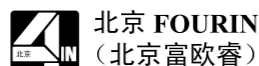
■ 发刊日期: 每月25日  
■ 体 裁: A4/70页左右  
■ 价 格: 9,800元/年+12期+附刊 (含国内邮资)

- 顺应全球汽车产业发展趋势, 每月定期发布各国产业政策研究以及汽车制造商、零部件供应商事业动向分析的月度调查报告。
- 每月向中国汽车业界人士提供高信誉度调研公司-日本FOURIN发行的3类日文调查月报中精选报告的中文版。每期19篇分析报告将向读者全面而及时地揭示世界汽车产业发展最新动向。
- 涵盖亚洲各国汽车制造商及零部件供应商的事业动向分析、汽车产销动向及市场走势预测。
- 关注全球最大汽车市场北美市场的汽车制造商经营动向及市场发展趋势。定期分析欧洲、中南美洲、非洲、中东及大洋洲各国汽车制造商的事业动向。刊载世界27国月度汽车生产数据和46国月度汽车销售数据, 及各主要世界制造商市场份额动向。



本产品为非书店销售调研报告, 下表为本报告的订单, 如果您要订阅多种资料, 请选择综合订阅申请表, 或直接与本公司营业部联系, E-mail: china@fourin.cn

世界汽车产业调查·研究·咨询报告



〒100020 中国北京市朝阳区东三环中路7号  
北京财富中心A座翼楼717室  
TEL: (010) 6530-9159 (营业部)  
FAX: (010) 6530-9160 (营业部)  
Http://www.fourin.cn E-mail: china@fourin.cn

### 订阅申请表

## 亚洲汽车产业 2008 (不含中国及日本)

●规格: A4/363页 ●发刊日期: 2008年8月

价格: 7,800元/册 (含国内邮资)

北京富欧睿汽车咨询有限公司

FAX:(010)6530-9160(营业部)

年 月 日

公司名称 \_\_\_\_\_

部门名称 \_\_\_\_\_

订阅人姓名 \_\_\_\_\_ 职 务 \_\_\_\_\_

地址、邮编 \_\_\_\_\_

电话号码 \_\_\_\_\_ 传真号码 \_\_\_\_\_

E - m a i l \_\_\_\_\_

备注栏 \_\_\_\_\_

### 专题调研报告

# 2008 亚洲汽车产业 (不含中国和日本)

-正式进入汽车社会前的产品及市场营销竞争-

※规格: A4/363页 ※发刊日期: 2008年8月 ※价格: 7,800元/册 (含国内邮资, 只提供印刷版)

- 分析全球汽车制造商如何通过亚洲专用车型确保市场份额
- 展望韩国·马来西亚·印度等亚洲民族系制造商的成长·发展战略及竞争力
- 概观各国围绕扶持本国市场和建设出口基地等2010年产业目标而采取的汽车产业政策
- 鸟瞰全球汽车制造商如何为了获得亚洲市场影响力而强化产品竞争能力



2007年除日本和中国以外的亚洲9国及地区(韩国、台湾、泰国、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、越南、印度、巴基斯坦)的汽车产量已超过900万辆, 而亚洲10国及地区(亚洲9国及地区+新加坡)的汽车销量也已超过550万辆, 此外, 该地区汽车出口总量也超过260万辆。

亚洲各国将在2010年前后逐渐步入汽车化社会, 民族系汽车制造商、外资系汽车制造商制定了与之对应的增产和新产品投放计划, 并根据汽车社会的需要, 不断地降低成本、改善品质和提高性能。同时, 于2004年前后上市并已形成现有销售基础的主力产品, 将于2012年前后迎来车

型换代期, 为此各制造商均力争开发出富有特色的产品。此外, 为了迎合汽车社会的主流趋势并捕捉不同消费群体的市场需求, 各制造商还纷纷强化商品策划和产品开发, 在市场营销能力方面一争高下。

《亚洲汽车产业2008》在对亚洲各国及地区(不含中国及日本)的汽车产业现状和市场动向进行把握的同时, 特别将直接关系未来走势的产业政策动向、市场趋势及各制造商面向2010年的产品及营销计划等作为分析重点。

希望本报告能够为贵公司制定亚洲市场战略及营销计划提供切实可行的参考。

- 泰 国: 伴随Eco Car计划启动, 如何协调中产阶层需求与低油耗车发展备受关注
- 印度尼西亚: 为实现2020年450万辆销量, 以小型MPV为中心培育汽车产业和市场
- 马 来 西 亚: Proton选择自主发展, 与Perodua及外国制造商共同促使市场竞争更为激烈
- 菲 律 宾: 在禁止进口二手车取得成效的同时, 重新鼓励投资增产和建设出口基地
- 越 南: 政府意在扩大内需增加税收, 与旨在构建产业基础的汽车业界展开角力
- 印 度: 塔塔Nano的投放势必引发全球汽车制造商就小型廉价车展开竞争
- 韩 国: 为跻身全球5强, 如何扩大内需和培植国际水准的零部件产业值得关注
- 台 湾: 岛内需求低迷, 力图通过加强在华事业、出口及电子零部件产业等维持增长

第1章 亚洲汽车产业的现状和未来展望

- 1. 产业概况：由于印度和泰国市场的扩大，亚洲汽车产业规模超过900万辆
2. 市场概况：预计到2015年将由2007年的555万辆增加到1,200万辆以上
3. 特集：亚洲各国兴起的市场营销·成本竞争

第2章 全球汽车制造商在亚洲的事业动向

- 1. 现代汽车集团：实现2010年600万辆产量目标的关键在于，扩大亚洲事业及加强收益基础
2. 塔塔汽车：加快扩充产品线及加强与外商合作，力争扩大国内外市场份额
3. Mahindra & Mahindra：加强现行产品侧重战略，借与外商合作扩大国内外业务

- 8. 铃木：以印度Maruti Suzuki和开展泰国新事业为中心，旨在扩大销量
9. 五十铃：通过扩大涉足东盟国家的经营事业及正式开展印度事业，力争加强事业发展根基
10. 三菱汽车：亚洲已成海外最大盈利地区，计划依托泰国、中国扩大事业

第3章 东亚汽车产业

- 1. 韩国：优化国内外事业体制及提升海外产量，力争进入全球汽车四强行列
2. 台湾：岛内市场滞销及扩大中国大陆事业和增加出口的对外战略
3. 马来西亚：扶植乘用车出口基地建设及实施针对非国民车制造商的鼓励政策

第4章 东南亚汽车产业

- 1. 泰国：Eco Car计划启动，小型乘用车投资扩大，力争实现200万辆产能
2. 泰国：Eco Car计划启动，小型乘用车投资扩大，力争实现200万辆产能

- ◇需求增加及FTA扩大，推动汽车制造商积极进军泰国市场
◇E20燃料汽车物品税下调及Eco Car计划的实施将带动乘用车市场扩大
◇出口带动汽车生产扩大，加之Eco Car计划的实施，2010年以后汽车产量将达200万辆

第5章 南亚汽车产业

- 1. 印度：内需扩大带动出口竞争力加强，汽车产业力求内外双增长
◇新车型投放加速的印度小型乘用车市场
◇A2级紧凑型细分市场带动汽车销售
◇2007年汽车产量突破220万辆，各制造商计划增强产能

- 6. 越南：有待制定明确的中长期汽车产业发展战略
◇汽车产业发展政策有待明确核心车型
◇中国品牌货车和乘用车发挥带动作用，2007年越南国产车销量倍增

附录 亚洲汽车产销量统计及主要事业基地·相关团体一览

- 1. 亚洲汽车产量·销量统计
2. 世界汽车制造商的亚洲主要事业基地一览
3. 亚洲地区与汽车产业有关的团体一览

样本页1

第2章 丰田

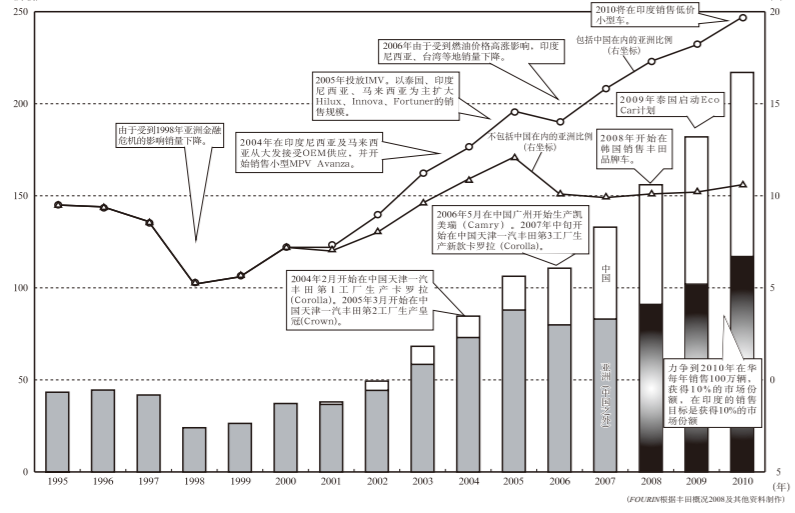
5. 丰田集团：通过扩大生产规模获得市场主导权，力争恢复市场份额

丰田集团在亚洲(除日本和中国、下同)，以丰田主体为核心，在加强与大发/Perodua、日野及集团零部件制造商合作的同时逐步拓展事业，不仅扩大了产销规模，增强了研发机能及统筹机能，还注重强化独立自主的发展能力。

分析各汽车制造商的亚洲战略、产能计划及开展车型

丰田在亚洲以泰国为中心积极构建生产网络，对各国产业发展做出贡献，并积极实施事业发展战略，力争扩大当地销售份额。

IMV及u-IMV项目均是通过集中生产获得规模效益，丰田利用这一点在泰国及世界市场中成功扩大市场份额。



FOURIN 亚洲汽车产业 2008

引自 第2章 丰田集团

样本页2

第4章 泰国

◇Eco Car计划加速汽车及零部件生产的集聚化发展及出口基地建设

泰国政府于2004年初发表了“亚洲的底特律”计划，明确提出力争把泰国打造成为亚太地区的汽车及零部件生产和出口核心基地。

报告亚洲各国为奠定发展基础而制定的汽车产业发展政策

泰国政府于2006年11月重新启动了在第二次基本计划中冻结的Eco Car计划，力争实现200万辆产能。

【泰国 汽车、零部件产业及汽车产业政策概要】

- ▽泰国的汽车产业发展战略概要
- 构建1吨皮卡的生产、出口基地
- “亚洲的底特律”计划(2004~)
- 构建汽车和零部件的生产、出口核心基地

【泰国 新汽车产业政策中的五大发展战略目标】

- ①构建贯穿汽车产业整体的产业价值链及提高生产效率
- 提高生产效率，引进精益生产系统
- 引进世界最佳生产实践系统

FOURIN 亚洲汽车产业 2008

引自 第4章 泰国

样本页3

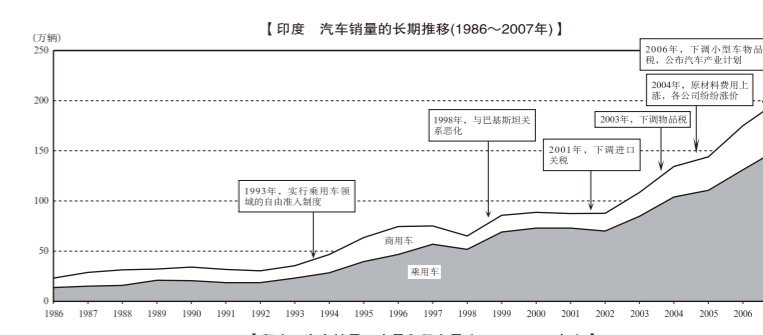
第5章 印度

1. 印度：内需扩大带动出口竞争力加强，汽车产业力求内外双增长

印度的汽车产业，自1991年放宽对外资的限制以来，在经济发展的背景下持续保持增长。汽车销售规模于1990年代前中期开始迅速扩大，1996年突破70万辆。

分析伴随产品投放的加剧，竞争日益激烈的亚洲汽车市场

为适应汽车产业的发展，印度汽车工业于2006年10月公布了汽车产业10年计划(Automotive Mission Plan)。



【印度 汽车销量、产量和保有量(1986~2007年)】

Table with columns for Year, Vehicle Type (Passenger, Light/Medium, Heavy), Sales Volume, Production, and Stock. It provides detailed data for India's automotive market from 1986 to 2007.

FOURIN 亚洲汽车产业 2008

引自 第5章 印度