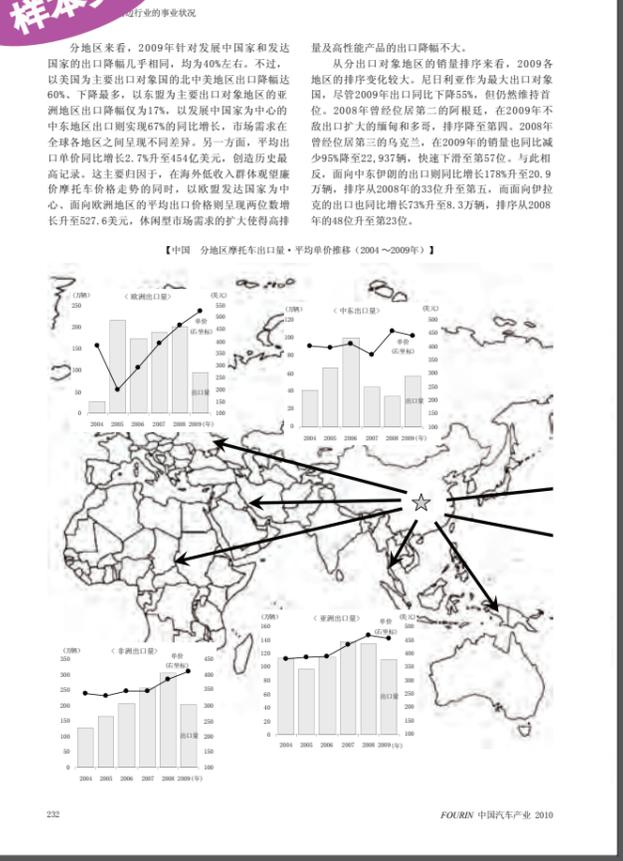
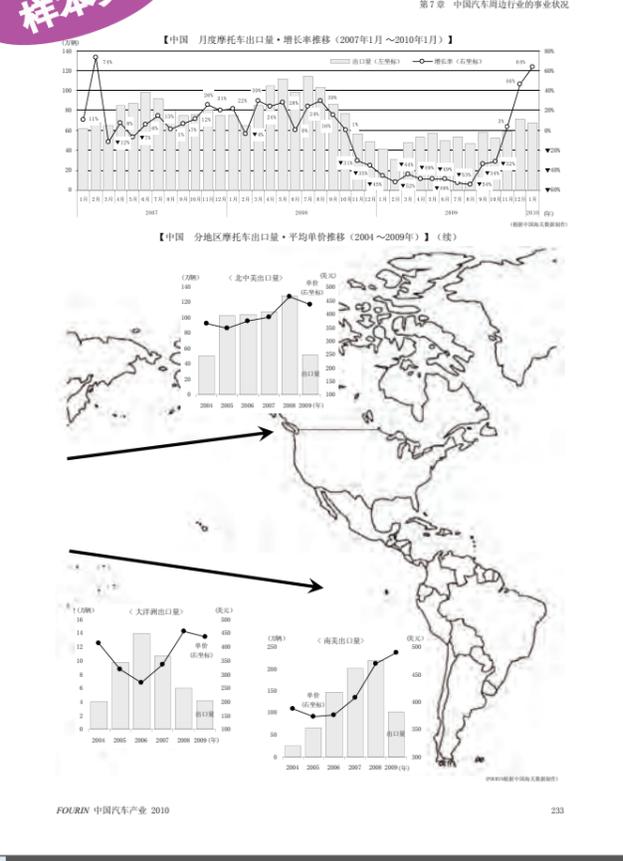


样本页



样本页



摘自《第7章 中国汽车周边行业的事业状况》

发刊介绍

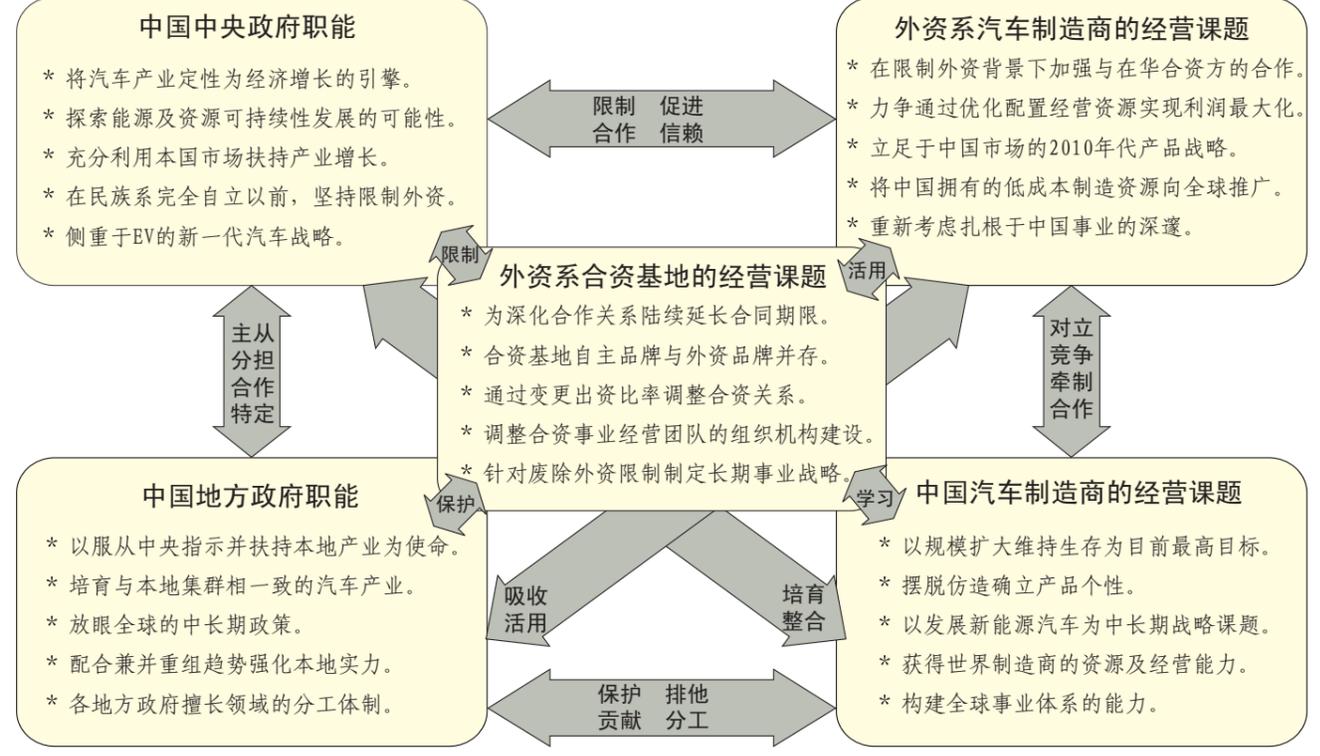
中国汽车产业2010

——1,700万辆以上市场规模形成，各制造商新产品战略再受瞩目——

■ 发行：2010年11月 ■ 规格：A4、301页+CD ■ 价格：7,800元(含国内邮资)



【中国 汽车制造商的经营课题及政府职能】



申请方法 本调查资料是非书店出售产品。申请或订购本调查资料时，请填写申请表内必要事项并传真至本公司或致电本公司营业部及通过电子邮件垂询(china@fourin.cn)。

世界汽车产业调查·研究·咨询报告 北京富欧睿汽车咨询有限公司

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:+86-10-6530-9159(营业部)
FAX:+86-10-6530-9160(营业部)
http://www.fourin.cn E-mail:china@fourin.cn

订阅申请表 中国汽车产业 2010

【发行：2010年11月 规格：A4、301页+CD】 发行价格：7,800元 (含国内邮资)

北京富欧睿汽车咨询有限公司 FAX:+86-10-6530-9160(营业部)

年 月 日

公司名称 _____ 部门名称 _____

订 阅 人 _____ 职 务 _____

地 址 _____ 邮 编 _____

电 话 _____ 传 真 _____

E - m a i l _____

备 注 _____

第1章 中国汽车产业的现状和焦点

- 1. 中国汽车产业：当前面临扩大规模的生存竞争，中长期的经营课题则是新能源汽车的技术竞争
2. 乘用车自主品牌事业：行政扶持促成市场份额实现V字型复苏，为提高生产效率而加强平台共通化战略
3. 汽车产能建设：2015年有望扩大至3,600万辆并维持70%的投产率
4. 海外事业：中国系制造商启动印度生产事业项目，收购海外企业获得新基地的案例增多
5. 汽车出口：从2009年的低迷中恢复，有望成为GDP的驱动源
6. 行业重组：“四大四小”的重组整合推动汽车产业结构更加合理，以吉利为代表旨在获得技术的海外并购谈判加速

第2章 中国汽车产业的收益动向

- 1. 收益结构：价格竞争激化和劳资问题等导致成本环境恶化，为提高利润如何向高附加值产品过渡成为今后课题
2. 分企业业绩：上汽集团、中国一汽和东风集团稳居收益规模前三，东风集团的资产利用效率较低
3. 110家汽车相关上市公司：76家在2009年决算中实现增收，优先提升利润的同时压缩设备投资
4. 汽车产业的资本结构：多样化不断推进，国营及民营资本加速IPO

第3章 中国汽车产业的政策动向

- 1. 中央政府出台《汽车产业调整与振兴规划》：促进汽车需求结构的合理化，明确新能源汽车的产业化目标
2. 与中央政府同步的地方政府汽车产业振兴政策：电动车等新能源汽车的产业化进程备受关注
3. 汽车技术标准：以电动车为首的新能源汽车标准，以及制定和引进增强安全性能的标准成为今后发展方向
4. 汽车油耗标准：2010年底发布乘用车第3阶段标准，加速向节能型/新能源汽车转型

第4章 中国汽车市场的成长力

- 1. 汽车市场：针对年销2,000万辆的市场，中国战略车的开发如火如荼
2. 汽车保有规模：2009年实现6,288万辆，2010年将超过日本达到7,500万辆
3. 乘用车分地区销量：需求不断从沿海发达地区向内陆地区过渡，分地区的销售及产品战略备受重视
4. 乘用车产品计划：到2012年车型数量将突破400款大关

- 5. 交叉乘用车：2009年产量增至195万辆，2010年大长安集团的成形成加剧NO.2对决
6. 货车市场：刺激经济政策、农村下乡和新排放标准实施后的需求回升，推动2010年市场规模迈向400万辆
7. 客车市场：依托以旧换新补贴增加和新能源汽车普及政策，2010年有望形成40万辆市场规模
8. 商用车产品计划：中国系加快自主研发和外资系投放低成本产品，导致产品竞争日益激烈

第5章 中国汽车制造商面向2010年代的经营战略

- 1. 上汽集团：针对2015年500万辆目标亟需增强产能，与通用深化合作关系，力图扩大国内外事业
2. 中国一汽：依托以重建自主品牌事业及增强研发能力为核心的新品牌战略，力争实现2015年400万辆的销售目标
3. 东风集团：为扩大国内市场而增强各合资基地产能，自主品牌乘用车事业令人关注，新涉足农机事业
4. 长安集团：整合哈飞与昌河力争2015年销售570万辆，已着手新能源汽车事业，但其产品划分有待关注
5. 北汽集团：为实现2015年300万辆销售目标，不仅积极开展M&A，自主品牌事业也已起步
6. 广汽集团：基于“大广汽”战略推进上市计划及自主乘用车事业，力争2015年实现200万辆产销规模
7. 奇瑞汽车：除了增强产能及开拓海外市场，还将强化海外事业及新能源汽车事业
8. 比亚迪汽车：以EV为核心加强与欧洲厂商的技术合作，在国内扩建产能和加强产品投放
9. 华晨汽车：筹资30亿元用于加强新能源汽车和专用车事业，增设与宝马的合资基地
10. 江淮汽车：2015年销售目标锁定150万辆、以乘用车为中心强化产能、今后的产品战略备受关注
11. 吉利汽车：积极致力于分网销售和供应链改革，对Volvo进行经营整合成为今后课题
12. 长城汽车：为了实现2015销售整车180万辆的目标，加速产品投放和布局国内外生产基地
13. 福建汽车：以新董事长就任为契机强化自主经营权，合资事业新动向备受关注
14. 中国重汽：以2015年销售25万辆整车为目标，通过与曼恩合作强化产品竞争力

- 15. 恒天凯马：在“汽车下乡”补贴政策的推动下轻卡业务迅速发展，2015年产能有望提升至20万辆
16. 力帆汽车：上市计划虽已推迟，但以畅销产品为核心的产品投放战略和新能源汽车事业有待关注
17. 陕西汽车：以2012年销售整车15万辆为目标，投放新系列产品并开展微型车事业
18. 南骏汽车：面向农村市场商用车事业迅速扩大，2015年产销规模指向40万辆
19. 华泰汽车：加速扩充FF乘用车和实现柴油机量产，以期2010年建成30万辆生产体制
20. 庆铃汽车：通过增强产能、投放新产品和扩建销售网，力争2015年产能达20万辆、营业收入达300亿元
21. 中兴汽车：增建国内外基地并启动面向中国长安的OEM供应，全承载式车身SUV的研发及投放动向值得关注
22. 成都王牌：涉足中型货车事业7年后夺得国内销量第三，为建成2012年10万辆产能的新产品开发成为课题
23. 宇通客车：为全面开花商用车事业，致力于新能源产品的商品化
24. 青年汽车：为全面开展莲花乘用车生产事业，重建销售体制和强化后续新产品的投放

第6章 世界汽车制造商的在华事业新动向

- 1. 世界汽车制造商的合作战略：乘用车方面在新能源汽车领域、商用车方面在重型货车领域的合作日渐活跃
2. 大众：2012年以后完善南部地区生产体制，力争实现2018年200万辆的销售目标
3. 通用：通过提高对上汽通用五菱的出资并进军印度等措施，加强与上汽的合作，力争到2015年销售300万辆
4. 丰田：投放低价小型车及扩充产能力争实现2012年100万辆销量，如何推进零部件本地化以确保产品质量有待关注
5. 本田：通过在合资基地投放自主品牌车扩充产品线，力图扩大市场领域
6. 日产：明确扩大在华事业路线，在中期内构建100万辆供应体制，率先于竞争对手投放电动车
7. 福特/马自达：调整长安福特马自达的合资形态，通过分离整合提高经营效率、突出各自特点
8. 标致雪铁龙：依托与长安的新合资基地，力争使2020年销量比2009年增长7倍以上达到200万辆
9. 现代/起亚：通过彻底削减成本和加强品质管理满足中国用户需求，2020年力争实现300万辆产销规模

- 10. 戴姆勒：商用车、发动机和电动车开始本土化，中国业务进入新阶段
11. 三菱汽车：通过引进新车型和扩建销售网力争2015年销售30万辆，有望增设对半出资基地
12. 铃木：2013年产销目标为50万辆，中国业务如何与大众合作备受关注
13. 宝马：扩充国产车和推进新能源汽车战略，长期内力争形成40万辆年产体制
14. 菲亚特/克莱斯勒：广汽菲亚特投产重启本土合资项目并引进Jeep，2014年力争产销30万辆
15. 沃尔沃集团/Renault V. I. /UD卡车：撤出与重汽的货车合资项目，转为考虑本土化生产
16. 五十铃：投放低成本轻型货车，力争2012年在华销售10万辆
17. 曼恩：通过出资中国重汽开始本土化生产，2015年销售目标为2.5万辆
18. 依维柯：强化与上汽的合作并着力扩大产品线及出口事业，力争2015年销售15万辆
19. 日野：眼下致力于产品品质和销售网建设，培育品牌竞争力
20. 三菱扶桑：中国事业局限于技术转让，作为戴姆勒旗下企业有望利用北汽福田合资基地实现本土化生产

第7章 中国汽车周边行业的事业状况

- 1. 汽车租赁行业：预计2015年市场规模达40万辆，亟需加强行业法规建设及改善经营环境
2. 摩托车产业：需求向汽车及电动自行车转移，如何拓展生存空间有待关注
3. 电动自行车行业：因技术法规加强行业面临洗牌，产品亟需实现轻量化和向锂电池技术过渡

卷末附录+CD (EXCEL格式)

- 1. 中国 分汽车产业领域经营数据推移 (2001~2008年)
2. 中国 分系列/分品牌国产乘用车的新车上牌量推移 (2005~2009年、2009/2010年1~6月)
3. 中国 分系列/分品牌进口乘用车的新车上牌量推移 (2005~2009年、2009/2010年1~6月)
4. 中国 分系列/分品牌乘用车的产量/出厂量推移 (1998~2009年、2009/2010年1~6月)
5. 中国 分制造商/分车型乘用车的产量/出厂量推移 (1998~2009年、2009/2010年1~6月)
6. 中国 分制造商/分车型的产量/出厂量推移 (2005~2009年、2009/2010年1~6月)
7. 中国 汽车及其相关产品的进出口统计 (2005~2009年、2010年1~6月、中国海关分类)

样本页

样本页

样本页

样本页

业的现状和焦点
3. 汽车产能建设：2015年有望扩大至3,600万辆并维持70%的投产率
中国拥有的汽车生产能力，根据FOURIN统计，从1998年的422万辆到2009年增长3.4倍扩大至1,855万辆...

【中国 分行政区划汽车产业最新政策动向 (2010年7月)】 (续)
【东风集团 分基地乘用车投放时期及计划 (2008~2015年)】
【东风集团 分制造商、分车型、商用车投放时期及计划 (2006~2012年)】

【大众 中国事业计划】
【大众 中国整车生产基地概要】
【大众 中国整车生产基地概要】

【大众 中国事业计划】
【大众 中国整车生产基地概要】
【大众 中国整车生产基地概要】