

# 2011-2015年中国MPV行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国MPV行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1101/M365104S41.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-01-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 【报告说明】

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国MPV行业深度调研与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了MPV行业相关概述、中国MPV产业运行环境等，接着分析了中国MPV行业的现状，然后介绍了中国MPV行业竞争格局。随后，报告对中国MPV行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国MPV产业发展前景与投资预测。您若想对MPV产业有个系统的了解或者想投资MPV行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 【报告前言】

2009年，乘用车自主品牌共销售457.70万辆，占乘用车销售总量的44.30%，比上年提高4.38个百分点；日系、德系、美系、韩系和法系分别销售219.66万辆、145.83万辆、101.78万辆、81.17万辆和27.00万辆，占乘用车销售总量的21.26%、14.12%、9.85%、7.86%和2.61%。自主品牌轿车共销售221.73万辆，占轿车销售总量的29.67%，比上年提高3.75个百分点；日系、德系、美系、韩系和法系轿车分别销售185.74万辆、143.82万辆、97.26万辆、71.76万辆和27.00万辆，占轿车销售总量的24.85%、19.25%、13.01%、9.60%和3.61%。

据中国汽车工业协会统计，2009年，销量排名前五位的MPV品牌依次为：瑞风、别克GL8、奥德赛、途安和风行，分别销售4.60万辆、4.01万辆、2.84万辆、2.01万辆和1.69万辆。2009年，上述五个品牌共销售15.15万辆，占MPV销售总量的61%。

与2008年相比，MPV的总体销量确实有所上升，但销量前五名依然是那五款车，唯一的区别就是风行和途安换了个位置而已。如此“稳定”的市场怪不得让新品都不大急于进入。2009年MPV市场发生了什么事？新奥德赛的改款应该是最大事件了，另外MPV长胜将军江淮推出了一款和悦车型给MPV市场带来了一股新风，其他呢？海马全新普利马的上市也能够入围到MPV市场十大事件了。MPV市场屈指可数的新车与其稳定的市场份额“相辅相成”。2009年私人购买MPV的比例大幅提升，瑞风以4.6万的销量夺取第一，大空间高性价比仍是MPV市场消费者的主要关注点。奥德赛罕见地出现了同比下滑，人们对新款的接受程度有待提高。S-MAX出现在前十的位置，说明私家用MPV市场已经扩大了许多，针对家庭用的MPV的车型在2010年会有更好的表现。

## 【报告目录】

第一章 2009年国际MPV市场运行状况分析 12

第一节 2009年全球MPV行业环境浅析 12

- 一、经济环境分析 12
- 二、政策环境分析 12
- 三、金融危机对MPV行业的影响 13
- 第二节 2009年全球MPV市场运行分析 13
  - 一、2009年全球汽车销量分析 13
  - 二、2010年预测 14
- 第三节 2009年全球部分国家及地区MPV市场分析 14
  - 一、英国MPV市场分析 14
    - 1、2009年英国汽车销量分析 14
    - 2、2009年英国汽车救市分析 15
  - 二、德国MPV市场分析 15
    - 1、2009年德国MPV行业分析 15
    - 2、2009年德国汽车销量分析 16
  - 三、日本MPV市场分析 16
    - 1、2009年日本汽车市场分析 16
    - 2、2009年日本MPV销量分析 17
  - 四、美国MPV市场分析 17
  - 五、其他国家MPV市场分析 18
    - 1、俄罗斯MPV市场分析 18
    - 2、2009年韩国MPV发展形势 19
    - 3、2009年印度市场分析 20
    - 4、2009年澳大利亚MPV市场分析 20
    - 5、2009年法国MPV市场 21

## 第二章 2009年中国MPV行业运行环境解析 22

### 第一节 2009年中国宏观经济环境分析 22

- 一、2010年“调结构”将大大重于“保增长” 22
- 二、中国GDP分析 22
- 三、中国汇率调整分析 25
- 四、中国CPI指数分析 26
- 五、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 28
- 六、存贷款利率变化 29

## 七、财政收支状况 33

### 第二节 2009年中国MPV市场政策环境解析 34

#### 一、世界汽车法规体系介绍 34

#### 二、国三排放标准如期施行，节能减排势在必行 35

#### 三、税制改革趋于清晰化和合理化 36

#### 四、中国汽车市场总体情况 36

#### 五、原油成品油经营权开放 42

#### 六、《汽车侧面碰撞的乘员保护》和《乘用车后碰撞燃油系统安全要求》的颁布 42

#### 七、《汽车产品回收利用技术政策》的发布 43

#### 八、《缺陷汽车产品召回管理规定》的发布社会人口分析 44

### 第三节 2009年中国MPV市场社会环境分析 44

## 第三章 2009-2010年中国MPV市场运行新形势透析 49

### 第一节 2009-2010年中国MPV市场总况 49

#### 一、多功能乘用车较高速发展 49

#### 二、2009年中国增长最快的自主品牌乘用车企 49

#### 三、2010年1-2月中国增长最快的自主品牌乘用车企 51

### 第二节 2009年MPV市场销量分析 53

#### 一、2009年我国MPV销量情况分析 53

#### 二、2009年前十大MPV销量排行榜 53

#### 三、2010年1月品牌MPV销量排名 54

#### 三、2010年2月品牌MPV销量排名 58

#### 五、2010年我国MPV销量总体预测 59

### 第三节 2009年中国MPV市场走势分析 59

#### 一、消费者行为特征 59

#### 二、MPV市场规模分析 67

#### 四、影响MPV市场供需因素分析 72

## 第四章 2009-2010年中国MPV细分市场深度剖析 74

### 第一节 2009-2010年年MPV产品分企业性质销量分析 74

#### 一、自主品牌产品市场销量情况 74

#### 二、自主品牌产品市场份额变化分析 74

- 三、合资品牌产品市场销量情况 75
- 四、合资品牌产品市场份额变化分析 75
- 五、中、日、德、美、韩系MPV产品市场销量情况 75
- 六、各个系别MPV历年市场份额变化分析 76
- 第二节 2009年MPV产品分用途销量情况分析 76
  - 一、商务型MPV产品竞争情况 77
  - 二、商务型MPV产品市场份额变化分析 77
  - 三、家用型MPV产品竞争情况 78
  - 四、家用型MPV产品市场份额变化分析 78
- 第三节 2009年MPV产品分价格级别销量情况分析 79
  - 一、豪华型MPV产品竞争情况 79
  - 二、豪华型MPV产品市场份额变化分析 82
  - 三、中级MPV产品竞争情况 82
  - 四、中级MPV产品市场份额变化分析 82
  - 五、经济型MPV产品竞争情况 83
  - 六、经济型MPV产品市场份额变化分析 83

## 第五章 2009年中国MPV市场竞争新格局透析 85

- 第一节 2009年中国MPV市场竞争总况 85
  - 一、MPV竞争再度升级 85
  - 二、MPV竞争力悄然转移——节油型市场受宠 85
  - 三、家用MPV将成竞争热点 86
  - 四、商务MPV竞争激烈 87
  - 五、MPV市场品牌竞争力分析 87
- 第二节 2009年中国MPV市场集中度分析 88
  - 一、市场集中度分析 88
  - 二、区域集中度分析 88
- 第三节 2009年提高MPV企业竞争力的策略 89
  - 一、提高中国MPV企业核心竞争力的对策 89
  - 二、MPV企业提升竞争力的主要方向 89
- 第四节 2010-2015年中国MPV市场竞争趋势分析 89

## 第六章 2009年中国MPV主要厂商竞争力对及关键性财务数据分析 91

### 第一节 安徽江淮汽车股份有限公司 91

#### 一、企业概况 91

#### 二、企业主要经济指标分析 91

#### 三、企业成长性分析 92

#### 四、企业经营能力分析 92

#### 五、企业盈利能力及偿债能力分析 92

### 第二节 上海汽车 93

#### 一、企业概况 93

#### 二、企业主要经济指标分析 94

#### 三、企业成长性分析 94

#### 四、企业经营能力分析 94

#### 五、企业盈利能力及偿债能力分析 95

### 第三节 东风汽车 96

#### 一、企业概况 96

#### 二、企业主要经济指标分析 96

#### 三、企业成长性分析 96

#### 四、企业经营能力分析 97

#### 五、企业盈利能力及偿债能力分析 97

### 第四节 第一汽车 98

#### 一、企业概况 98

#### 二、企业主要经济指标分析 99

#### 三、企业成长性分析 99

#### 四、企业经营能力分析 99

#### 五、企业盈利能力及偿债能力分析 100

### 第五节 长安汽车 101

#### 一、企业概况 101

#### 二、企业主要经济指标分析 102

#### 三、企业成长性分析 102

#### 四、企业经营能力分析 102

#### 五、企业盈利能力及偿债能力分析 103

### 第六节 悦达投资 103

- 一、企业概况 103
- 二、企业主要经济指标分析 104
- 三、企业成长性分析 104
- 四、企业经营能力分析 105
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析 105

#### 第七节 金杯汽车 106

- 一、企业概况 106
- 二、企业主要经济指标分析 106
- 三、企业成长性分析 107
- 四、企业经营能力分析 107
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析 107

#### 第八节 福田汽车 108

- 一、企业概况 108
- 二、企业主要经济指标分析 109
- 三、企业成长性分析 109
- 四、企业经营能力分析 110
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析 110

#### 第九节 其它品牌MPV分析 111

- 一、奇瑞汽车 111
- 二、吉利汽车 112
- 三、广州本田汽车有限公司 113
- 四、北京现代 114

### 第七章 2010-2015年中国MPV市场投资战略分析 116

#### 第一节 2009年中国MPV市场投资概况 116

- 一、中国MPV市场投资特性 116
- 二、中国MPV市场投资政策利好 116

#### 第二节 2010-2015年中国MPV行业投资机会分析 117

- 一、MPV投资项目分析 117
- 二、2009年MPV投资机会 118
- 三、2009年MPV投资新方向 118

#### 第三节 2010-2015年中国MPV行业投资风险评价 119

## 一、宏观经济波动风险 119

### 1、宏观经济和居民收入对乘用车的发展起支撑作用 119

### 2、油价继续上涨对乘用车消费负面影响将逐步显著 121

### 3、消费环境恶化和使用成本增加抑制了部分消费 121

## 二、政策风险 121

### 1、燃油税等政策的影响 121

### 2、期待信贷再开放以刺激消费增长 122

### 3、《新能源汽车生产准入管理规则（征求意见稿）》发布 122

## 三、《汽车贸易政策》发布 122

## 四、价格风险 123

## 第四节 专家建议 123

## 第八章 2010-2015年中国MPV市场前景预测分析 125

### 第一节 2010-2015年中国MPV市场前景预测 125

#### 一、MPV市场潜力巨大 125

#### 二、加强技术创新 126

#### 三、国际化趋势增强 126

### 第二节 2010-2015年中国MPV市场预测分析 126

#### 一、MPV市场预测供给、销售目标分析 126

#### 二、MPV市场进出口贸易预测分析 129

#### 三、MPV市场盈利及重组预测分析 129

### 第三节 2010-2015年中国MPV市场战略分析 129

#### 一、渠道策略 129

##### 1、MPV厂商应继续加强与渠道商的合作，发掘渠道潜力，追求双赢 129

##### 2、强化渠道效率与管理能力，优化和整合渠道 130

##### 3、降低渠道的成本，实现渠道设计扁平化 130

##### 4、重视品牌营销，畅通沟通渠道 130

#### 二、销售策略 131

#### 三、品牌策略 131

## 【图表目录】

### 图表 1 2008-2009年中国MPV销量排名表 2

图表 2 2001-2009年全球主要国家汽车市场需求量走势图(万辆) 12

图表 3 2009年全球汽车销量示意图 12

图表 4 2009-2010年3月英国汽车销量走势图 13

图表 5 2009-2010年3月韩国汽车销量走势图 15

图表 6 2009-2010年3月日本汽车销量走势图 16

图表 7 2009-2010年3月美国汽车销量走势图 17

图表 8 2010年2月印度汽车销量表(辆) 19

图表 9 2009年1-11月交叉乘用车(主要是微客)月销量状况 21

图表 10 2009年中国主要宏观经济数据增长表 22

图表 11 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表 22

图表 12 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表 23

图表 13 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 24

图表 14 2005年7月21日-2010年3月底人民币兑美元汇率中间价 25

图表 15 2008-2009年各月中国价格指数统计表 25

图表 16 2008-2009年中国价格指数月度走势图 26

图表 17 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 27

图表 18 中国城乡居民收入走势对比 28

图表 19 2004-2009年央行历次存贷款基准利率 28

图表 20 1984-2010年1月中国存款准备金率历次调整一览表 29

图表 21 央行历次调整利率及股市第二交易日表现情况 30

图表 22 05~09年中国财政收入增长趋势图 32

图表 23 2009年乘用车销量同比增幅状况 35

图表 24 2000-2009年中国汽车产量增长趋势图 36

图表 25 2000-2009年我国汽车销量及其同比增长 36

图表 26 2009年中国前十家汽车生产企业销量情况 37

图表 27 2008-2009年中国汽车销量统计表 38

图表 28 2005-2009年中国狭义乘用车销量月度走势图 39

图表 29 2009年中国汽车出口月度走势图 40

图表 30 2003-2009年我国汽车保有量增长情况 40

图表 31 1978-2008年中国人口构成统计表 43

图表 32 1990-2008年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 44

图表 33 1978-2008年我国总人口增长趋势图 45

图表 34 2009年中国乘用车销量增长最快的车企 49

图表 35 2010年1-2月中国增长最快的乘用车自主品牌表 50

图表 36 2010年1-2月中国销量增长最快的乘用车自主品牌情况 51

图表 37 2008-2009年中国MPV销量排名表 52

图表 38 2010年1月品牌MPV销量排名 53

图表 39 2010年2月品牌MPV销量排名 57

图表 40 2008-2009年中国消费者对车辆关注点变化 59

图表 41 越年轻的消费者对两厢轿车与CROSS车型越感兴趣 59

图表 42 2008-2010年消费者对风格的偏好变化 60

图表 43 2008-2010年中国汽车消费者对颜色的喜好变化 61

图表 44 2008-2010年中国汽车消费者对内饰的喜好变化 62

图表 45 2008-2010年中国消费者对自动档、手自一体需求比例增加 63

图表 46 2008-2010年中国消费者对自动泊车辅助系统的看好 64

图表 47 2010年消费者对车灯设计的喜爱情况 65

图表 48 2006-2010年2月中国MPV累计销量走势 66

图表 49 2009年瑞风月度销售量走势 68

图表 50 2009年GL8月度销量走势 69

图表 51 2009年奥德赛月度销量 70

图表 52 2009年第三代阁瑞斯月度销量 70

图表 53 2009年新一代普力马月度销量 71

图表 54 2010年1-2月分车系MPV销量及增长 74

图表 55 2009年各派系车企MPV销量及同比增长 74

图表 56 2008-2009年各派系车企MPV市场份额 75

图表 57 自主品牌与洋品牌的竞争关系 78

图表 58 2007-2009年MPV主品牌与洋品牌销量增长情况 79

图表 59 2007-2009年MPV主品牌与洋品牌市场规模对比 80

图表 60 2003-2009年我国销售价格在十五万元以下的经济型MPV产品市场份额变化 82

图表 61 2009年中国MPV市场集中度 87

图表 62 2002-2009年安徽江淮汽车股份有限公司主要经济指标统计表 90

图表 63 2002-2009年安徽江淮汽车股份有限公司成长性指标统计表 91

图表 64 2002-2009年安徽江淮汽车股份有限公司经营能力指标统计表 91

图表 65 2002-2009年安徽江淮汽车股份有限公司盈利能力指标统计表 91

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 图表 66 2002-2009年安徽江淮汽车股份有限公司偿债能力指标统计表 | 92  |
| 图表 67 2002-2009年上海汽车主要经济指标统计表         | 93  |
| 图表 68 2002-2009年上海汽车成长性指标统计表          | 93  |
| 图表 69 2002-2009年上海汽车经营能力指标统计表         | 93  |
| 图表 70 2002-2009年上海汽车盈利能力指标统计表         | 94  |
| 图表 71 2002-2009年上海汽车偿债能力指标统计表         | 94  |
| 图表 72 2002-2009年东风汽车主要经济指标统计表         | 95  |
| 图表 73 2002-2008年东风汽车成长性指标统计表          | 95  |
| 图表 74 2002-2008年东风汽车经营能力指标统计表         | 96  |
| 图表 75 2002-2008年东风汽车盈利能力指标统计表         | 96  |
| 图表 76 2002-2008年东风汽车偿债能力指标统计表         | 97  |
| 图表 77 2002-2009年第一汽车主要经济指标统计表         | 98  |
| 图表 78 2002-2009年第一汽车成长性指标统计表          | 98  |
| 图表 79 2002-2009年第一汽车经营能力指标统计表         | 98  |
| 图表 80 2002-2009年第一汽车盈利能力指标统计表         | 99  |
| 图表 81 2002-2009年第一汽车偿债能力指标统计表         | 99  |
| 图表 82 2002-2009年长安汽车主要经济指标统计表         | 101 |
| 图表 83 2002-2009年长安汽车成长性指标统计表          | 101 |
| 图表 84 2002-2009年长安汽车经营能力指标统计表         | 101 |
| 图表 85 2002-2009年长安汽车盈利能力指标统计表         | 102 |
| 图表 86 2002-2009年长安汽车偿债能力指标统计表         | 102 |
| 图表 87 2002-2009年悦达投资主要经济指标统计表         | 103 |
| 图表 88 2002-2009年悦达投资成长性指标统计表          | 103 |
| 图表 89 2002-2009年悦达投资经营能力指标统计表         | 104 |
| 图表 90 2002-2009年悦达投资盈利能力指标统计表         | 104 |
| 图表 91 2002-2009年悦达投资偿债能力指标统计表         | 105 |
| 图表 92 2002-2009年金杯汽车主要经济指标统计表         | 105 |
| 图表 93 2002-2009年金杯汽车成长性指标统计表          | 106 |
| 图表 94 2002-2009年金杯汽车经营能力指标统计表         | 106 |
| 图表 95 2002-2009年金杯汽车盈利能力指标统计表         | 106 |
| 图表 96 2002-2009年金杯汽车偿债能力指标统计表         | 107 |
| 图表 97 2002-2009年福田汽车主要经济指标统计表         | 108 |

图表 98 2002-2009年福田汽车成长性指标统计表 108

图表 99 2002-2009年福田汽车经营能力指标统计表 109

图表 100 2002-2009年福田汽车盈利能力指标统计表 109

图表 101 2002-2009年福田汽车偿债能力指标统计表 109

图表 102 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 119

图表 103 中国城乡居民收入走势对比 119

图表 104 2006-2010年2月中国MPV销量占全国汽车销量份额情况 124

图表 105 2010-2012年中国汽车生产厂商销量及产能扩增状况表 125

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国MPV行业深度调研与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1101/M365104S41.html>