

<<2009机电产品报价手册>>

图书基本信息

书名：<<2009机电产品报价手册>>

13位ISBN编号：9787111258339

10位ISBN编号：7111258339

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业出版社

作者：机械工业信息研究院 编

页数：444

字数：835000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<2009机电产品报价手册>>

### 内容概要

《2009机电产品报价手册》（共8分册）是中国机电产品价格信息数据库2009年版（配套光盘）的纸质出版物，从价格库的40多万条数据中选择了国内机电行业4000多家企事业单位投放市场的20多万条产品，产品价格住处由各单位自报，参照国家标准GB/T7635-2002《全国主要产品分类与代码》分类编辑，是了解机电产品价格信息的参考工具书。

其内容包括：产品名称、型号规格、主要技术参数及备注、参考价格、生产厂家、地址、邮政编码及电话等。

其主要读者包括：资产评估公司、会计师事务所、招投标机构、咨询机构、企业销售与采购部门、海关等。

<<2009机电产品报价手册>>

书籍目录

汽车行业发展概况第1章 牵引车第2章 挂车 2.1 全挂车 2.2 半挂车第3章 客车第4章 货车第5章 专用汽车  
5.1 专用载人汽车 5.1.1 专用载人汽车 5.1.2 房车 5.2 专用作业车 5.2.1 高空作业车 5.2.2 混凝土专用  
车 5.2.3 消防车 5.2.4 垃圾车 5.2.5 清洗车 5.2.6 吸粪吸污车 5.2.7 吸尘、扫路车 5.2.8 洒水车 5.2.9  
加油车 5.2.10 清障车 5.2.11 其他专用作业车 5.3 专用车 5.3.1 罐式车 5.3.2 厢式车 5.3.3 仓栅车  
5.3.4 自卸车 5.3.5 冷藏、保温车 5.3.6 运水车 5.3.7 运油车 5.3.8 其他专用车第6章 越野车第7章 商务  
用车第8章 轿车第9章 多用乘用车 (MPV) 第10章 运动型多用途乘用车 (SUV) 第11章 皮卡车第12章  
电动车第13章 船艇第14章 其他交通运输设备企业名录

## &lt;&lt;2009机电产品报价手册&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：1. 乘用车新产品特点和发展趋势 (1) 2007年，基本型乘用车推出速度有所减缓，车型结构比较均衡，企业更加注重质量的提升和新产品推出的成功率，推出的基本型乘用车当中，低、中、高档产品比例比较均衡，可以满足不同用户的需求。

(2) 基本型乘用车排量趋向中型化。

从2007年乘用车市场情况看，小排量基本型乘用车市场份额逐年下降，特别是1.0L以下车型，出现了下滑，而1.6-2.5L车型增长最快。

消费结构正在发生变化，总体消费车辆的排量正在不断提高，1.6-2.5L中等排量的车型非常受消费者欢迎。

在小排量车型竞争非常激烈的情况下，很多乘用车企业把开发的重点开始放在1.6-2.5L车型上面。从2007年推出新车型的情况来看，很多自主品牌企业把重点放在中档车型上面，如江淮汽车推出的第一款轿车产品定位于中档产品。

(3) ICross概念车型逐步兴起。

由于越来越严峻的全球气候变暖问题，汽车作为CO<sub>2</sub>排放的第一大户日益成为造成“全球变暖”的罪魁祸首，汽车制造商在严格的油耗政策和苛刻的排放规定压力之下，开始热衷于推出介于轿车、SUV和MPV之间的Cross车型，这种车型兼具有轿车的舒适性、SUV的通过性以及MPV的商务性。自2006年以来，随着东风本田CR-V和长安铃木天语SX4等Cross车型上市，作为市场空白的Cross车型开始成为消费的热点。

2007年上海大众推出了CrossPolo，奇瑞将推出以v5为基础的东方之子Cross，东风日产推出了骊威，一汽轿车推出了马自达Wagon，这些车型都算是Cross车型。

(4) 自主品牌车型的安全性能与合资品牌车型存在较大差距。

据2007年中国汽车技术研究中心C-NCAP管理中心发布的新车碰撞结果显示，国产自主品牌车型得分都不是太高，像奇瑞、吉利、比亚迪和哈飞等主要自主品牌企业的车型基本上处于三星或者二星的水平，唯一一汽轿车的奔腾为四星，但从技术来源上看，应不属于完全自主研发。

另外，2007年有部分企业产品在出口时，在国外遭遇碰撞不合格，虽然国外媒体有打压我国自主品牌车型的一方面，但从中可以暴露出一些安全方面的差距。

从这些现象中可以看到自主品牌车型的安全性能普遍低于合资品牌车型，这一点应该引起国内企业的重视。

国内自主品牌企业应该承认这种技术上的差距，自主品牌车型在安全技术方面还有很长路要走。

(5) 家用MPV将成竞争热点。

一直以来，商务MPV都是市场上的主流产品，上海通用GL8陆尊、江淮瑞风等商务MPV一直位居MPV销量排行榜前列。

但随着消费者对MPV的了解逐渐加深，以及油价上涨等因素影响，MPV向家庭用车转变的速度明显加快，中低排量MPV需求增长，相反大排量MPV开始显出颓势。

从产品方面来看，以新萨拉?毕加索、新途安和瑞麒2为代表的家庭MPV将会有不错的市场表现。

(6) SUV车型趋向于中小排量两驱型。

在油价、环保等大环境因素的作用下，SUV向中小排量两驱发展已经成为一种趋势。

油价上升导致大排量SUV市场份额急速缩减，而2.4L及以下的中小排量两驱车型开始逐步受到消费者的欢迎，在SUV市场中，中小排量车型已占SUV市场2/3以上的市场份额。

同时，城市型SUV受到广大消费者的欢迎，带动了两驱SUV的热销。

统计显示，两驱SUV的市场份额已经超过50%，国内SUV主流车型中，华泰特拉卡、途胜、帕拉丁和瑞虎等都推出了两驱产品。

介于轿车和SUV之间的Cross车型，也是SUV未来发展的重点方向之一，东风本田CR-V的热销，让SUV生产企业意识到，在都市SUV基础上增添点跨界元素，反而更容易打动消费者。

(7) 新能源车开发加速。

发展节能与新能源汽车已成为我国汽车技术创新的重要方向。

## <<2009机电产品报价手册>>

2008年北京奥运会和2010年上海世博会给我国新能源汽车发展带来契机，这两项大型活动对车辆的节能环保要求都比较高，给国内汽车企业提供了重视和研制新能源汽车的机遇，从而促进我国对新能源汽车的自主研发。

2007年，混和动力思域在广州车展上市，这是2008年新能源车市场的亮点之一。

除了混合动力思域之外，国内企业包括比亚迪、广汽、奇瑞汽车和长安汽车等都正式对外披露了自己的项目规划。

根据比亚迪的战略规划，比亚迪铁电池和混和动力“双模”车型——F6DM将在2008年年底实现量产上市；奇瑞与中石化建立全面战略合作伙伴关系，中石化将协助奇瑞研发新能源车——甲醇燃料车进入了关键阶段；海马也将推出H12电动汽车；一汽自主研发出天然气发动机；东风公司推出东风猛士混合动力越野车和天然气发动机产品，燃料消耗下降20%以上，尾气排放下降20%以上。

<<2009机电产品报价手册>>

编辑推荐

《2009机电产品报价手册:交通运输设备手册》由机械工业出版社出版。

<<2009机电产品报价手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>