

<<中国微型汽车市场研究>>

图书基本信息

书名：<<中国微型汽车市场研究>>

13位ISBN编号：9787564708917

10位ISBN编号：7564708913

出版时间：2011-8

出版时间：电子科技大学出版社

作者：陈道平等 著

页数：223

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>

<<中国微型汽车市场研究>>

内容概要

《中国微型汽车市场研究》从实证和计量角度对中国微型汽车市场进行的研究。鉴于在一本书中不可能对市场的各方面进行全面研究，而只就某一个主题对微型汽车市场进行研究又显得单薄，因此作者选取了与微型汽车市场相关的几个主题进行研究，这些主题是：中国微型汽车所面临的行业环境、中国微型汽车的需求与预测、农村城镇化进程对微型汽车市场需求的影响、中国微型汽车消费者的特征和行为以及中国微型汽车市场的分销渠道策略。

<<中国微型汽车市场研究>>

书籍目录

1 绪论1.1 微型汽车市场发展的机遇与挑战1.2 研究主题的选择2 中国微型汽车市场状况2.1 微型汽车的界定2.2 微型汽车发展历程2.3 微型汽车产销状况3 中国微型汽车所面临的行业环境分析3.1 引言3.2 微型汽车产业集中度3.2.1 产业集中度的测度方法3.2.2 微型汽车产业集中度的计算3.3 微型汽车所在行业生产函数3.3.1 Translog生产函数3.3.2 数据来源3.3.3 基于ISUR的生产函数的估计3.3.4 规模报酬3.3.5 投入要素关系及要素价格弹性3.4 基于五力模型的微型汽车市场竞争分析3.4.1 现有竞争者分析3.4.2 潜在进入者分析3.4.3 替代品分析3.4.4 供应商与买者3.5 本章小结4 中国微型汽车市场需求与预测分析4.1 引言4.2 汽车需求及其预测文献研究4.3 基于存量调整模型的中国微型汽车市场需求分析4.3.1 存量调整模型4.3.2 数据来源与描述统计4.3.3 存量调整模型的估计与结果分析4.3.4 需求的收入与价格弹性4.4 农村城镇化对微型汽车市场需求的影响4.4.1 城镇化进程中影响微型汽车需求的因素4.4.2 数据来源4.4.3 模型的建立与结果分析4.5 基于ARIMA模型的中国微型汽车市场需求预测4.5.1 ARIMA模型理论4.5.2 数据的平稳化4.5.3 模型的识别与建立4.5.4 模型预测4.6 本章小结5 中国微型汽车市场消费者研究：消费者特征与消费者行为5.1 引言5.2 消费者研究文献评述5.3 研究假设5.3.1 消费者特征与信息搜寻5.3.2 消费者特征与购买决策5.4 问卷设计与调查5.4.1 问卷设计5.4.2 问卷调查5.5 微型汽车消费者特征的描述5.6 消费者特征与车型的对应关系5.7 消费者特征对信息搜寻行为的影响5.7.1 消费者的信息来源5.7.2 消费者信息搜寻的范围5.7.3 消费者特征对信息搜寻范围的影响5.7.4 消费者特征对因特网使用的影响5.8 消费者特征对购买决策的影响5.8.1 不区分第一次或再次购车消费者的分析5.8.2 第一次购车消费者的分析5.8.3 再次购车消费者的分析5.9 本章小结6 中国微型汽车市场分销渠道策略6.1 引言6.2 汽车市场分销渠道文献研究6.2.1 关于分销渠道的研究6.2.2 关于汽车分销渠道的研究6.3 汽车市场分销渠道演进6.3.1 欧美等国分销渠道演进6.3.2 中国汽车市场分销渠道演进6.3.3 中国与欧美等国汽车市场分销渠道演进比较6.4 一级分销渠道分析：成本、渠道成员数量与渠道利润6.4.1 模型构建6.4.2 模型求解6.4.3 几个命题6.4.4 算例6.5 中国微型汽车市场分销渠道选择6.5.1 影响分销渠道选择的因素6.5.2 微型汽车市场分销渠道层级选择6.5.3 微型汽车市场分销渠道宽度选择6.5.4 基于分销渠道关系的微型汽车市场渠道选择6.5.5 一种可能的微型汽车市场分销渠道6.6 本章小结参考文献

<<中国微型汽车市场研究>>

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>