

中国轿车市场调查及未来五年投资前景评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国轿车市场调查及未来五年投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/204457204457.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《中国轿车市场调查及未来五年投资前景评估报告》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

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告大纲

第一部分 市场现状

第一章 全球化中的中国汽车市场

1.1 全球化对中国汽车市场影响

1.1.1 中国汽车市场在全球市场的地位

1.1.2 全球化对中国汽车市场影响

1.1.3 全球化对中国汽车行业影响

1.2 中国汽车企业参与全球化竞争分析

1.2.1 中国汽车企业参与全球化竞争现状

1.2.2 中国汽车企业全球化竞争优势分析

1.2.3 中国汽车企业全球化竞争趋势

1.3 外资汽车参与中国市场竞争分析

1.3.1 外资汽车参与中国市场竞争现状

1.3.2 外资汽车参与中国市场优劣势分析

1.3.3 外资汽车参与中国市场竞争趋势分析

1.4 中国汽车行业应对全球化发展策略

第二章 全球轿车市场分析

2.1 全球轿车市场格局分析

2.1.1 全球汽车企业分析

2.1.2 全球主要汽车市场豪华车销量结构分析

2.1.3 全球10大汽车公司

2.2 美国轿车市场

2.2.1 美国汽车市场分析

2.2.2 美国轿车市场分析

2.3 德国轿车市场

2.3.1 德国汽车市场分析

2.3.2 德国轿车市场分析

2.4 欧洲轿车市场

2.4.1 欧洲汽车市场分析

2.4.2 欧洲轿车市场分析

2.5 日本轿车市场

2.5.1 日本汽车市场分析

2.5.2 日本轿车市场分析

第三章 中国轿车工业发展现状

3.1 中国汽车工业发展

3.1.1 中国汽车工业现状

3.1.2 汽车工业走势

3.1.3 中国汽车行业增长分析

3.1.4 汽车企业分析

3.1.5 中国汽车工业重点企业（集团）经济效益分析

3.2 中国轿车市场分析

3.2.1 微型轿车市场现状分析

3.2.2 小型车市场现状分析

3.2.3 紧凑型车市场现状分析

3.2.4 中高级车市场现状分析

3.2.5 高级轿车市场现状分析

3.3 轿车市场与技术发展分析

3.3.1 自主品牌小排量车技术分析

3.3.2 中高级轿车核心技术分析

第四章 中国轿车市场分析

4.1 轿车市场运行

4.1.1 中国轿车市场分析

4.1.2 中国轿车市场需求

4.2 中国轿车生产情况

4.2.1 中国轿车行业生产情况

4.2.2 中国轿车行业生产情况

4.2.3 中国轿车企业生产情况

4.3 轿车市场销售情况

4.3.1 中国轿车销售情况

4.3.2 轿车品牌销售情况

4.3.3 我国轿车企业销售情况

第五章 中国轿车对外贸易趋势观察

5.1 中国汽车进出口形势分析

5.2 中国轿车进口分析

5.3 中国轿车出口分析

第二部分 市场细分

第六章 中国轿车细分市场

6.1 豪华高级轿车市场分析

6.2 中高级轿车市场分析

6.3 中级轿车市场分析

6.4 经济型轿车市场分析

6.5 微型轿车市场分析

第七章 中国乘用车市场

7.1 乘用车市场分析

7.1.1 乘用车市场分析

7.1.2 乘用车市场产销

7.1.3 乘用车品牌走势

7.1.4 乘用车企业分析

7.1.5 各类资本性质企业乘用车市场表现

7.1.6 跨国集团中国乘用车市场表现

7.2 多用途车和运动用车市场分析

7.2.1 MPV市场分析

7.2.2 SUV、MPV产销情况

7.2.3 MPV市场走势

7.2.4 SUV市场走势

第八章 各省市场轿车市场分析

8.1 北京轿车市场

8.1.1 生产情况分析

8.1.2 销售情况分析

8.1.3 北京汽车市场分析

8.2 上海轿车市场

8.2.1 生产情况分析

8.2.2 销售情况分析

8.2.3 上海轿车市场分析

8.3 广东轿车市场

8.3.1 生产情况分析

8.3.2 销售情况分析

8.3.3 广东轿车市场分析

第三部分 市场营销

第九章 中国轿车营销分析

9.1 中国轿车营销模式分析

9.1.1 常见的营销模式分析

9.1.2 营销模式抉择

9.2 国内轿车品牌营销策略分析

9.2.1 我国汽车营销渠道竞争力分析

9.2.2 中国轿车的品牌命名与营销

9.2.3 汽车营销价值的探索发展

9.2.4 中国汽车营销走出价格战“围城”

9.3 差异化模式构建轿车营销渠道

9.3.1 营销渠道模式面临严峻挑战

9.3.2 渠道模式差异化的构建策略

9.3.3 顺应产业政策策略

9.3.4 区域差异策略

9.4 轿车市场营销案例分析

9.4.1 奥迪中国市场营销攻略

9.4.2 凯迪拉克轿车广告投放策略

9.4.3 国内中高档轿车广告传播案例

9.4.5 东风日产注重文化营销

9.4.6 奇瑞公司营销网络分析

9.5 轿车服务营销体系的构建

9.5.1 轿车服务营销与轿车营销服务的差别

9.5.2 轿车服务营销的经营理念

9.5.3 轿车服务营销体系的构建

第十章 中国轿车消费市场分析

10.1 中国汽车市场调查分析

10.2 中国轿车消费的主流趋势调查分析

10.3 家用轿车消费市场调查分析

10.3.1 最新购车趋势调查分析

10.3.2 经济型轿车市场调查分析

10.3.3 女性汽车消费现状调查

10.4 轿车消费区域市场调查分析

10.4.1 北京轿车市场调查分析

10.4.2 七大城市轿车市场调查

10.4.3 西部轿车市场调查分析

10.5 影响我国轿车消费的因素分析

10.5.1 宏观经济的影响

10.5.2 汽车产业相关政策的影响

10.5.3 固定资产投资的影响

10.5.4 汽车技术的影响

10.5.5 汽车价格的影响

10.5.6 收入的影响

10.5.7 汽车税费的影响

10.5.8 公车消费的影响

10.5.9 汽车信贷的影响

10.5.10 公路交通的影响

10.5.11 石油的影响

10.5.12 环境污染的影响

第四部分 行业竞争

第十一章 轿车市场竞争分析

11.1 汽车行业竞争格局

11.1.1 我国汽车工业竞争力分析

11.1.2 轿车市场竞争格局

11.1.3 中高级轿车市场竞争分析

11.1.4 紧凑型轿车市场竞争分析

11.1.5 经济型轿车市场竞争分析

11.1.6 微型轿车市场竞争分析

11.2 中国本土轿车品牌竞争分析

11.2.1 本土品牌轿车市场份额状况

11.2.2 中外汽车品牌售后满意度现状

11.2.3 民企造轿车新优势分析

11.3 轿车市场竞争特点分析

11.3.1 汽车竞争的焦点领域

11.3.2 汽车保值率调查分析

11.4 轿车品牌竞争力提高策略分析

11.4.1 日本汽车业积累深层竞争力分析

11.4.2 本土汽车品牌企业何以突围

第十二章 优势企业与主要品牌

12.1 中国第一汽车集团公司

12.1.1 公司简介

12.1.2 主营产品

12.1.3 竞争优势

12.1.4 经营状况

12.2 上海汽车集团股份有限公司

12.2.1 公司简介

12.2.2 主营产品

12.2.3 竞争优势

12.2.4 经营状况

12.3 东风汽车集团公司

12.3.1 公司简介

12.3.2 主营产品

12.3.3 竞争优势

12.3.4 经营状况

12.4 长安汽车集团有限责任公司

12.4.1 公司简介

12.4.2 主营产品

12.4.3 竞争优势

12.4.4 经营状况

12.5 北汽福田汽车股份有限公司

12.5.1 公司简介

12.5.2 主营产品

12.5.3 竞争优势

12.5.4 经营状况

12.6 中国重汽集团有限公司

12.6.1 公司简介

12.6.2 主营产品

12.6.3 竞争优势

12.6.4 经营状况

12.7 江铃汽车股份有限公司

12.7.1 公司简介

12.7.2 主营产品

12.7.3 竞争优势

12.7.4 经营状况

12.8 安徽江淮汽车股份有限公司

12.8.1 公司简介

12.8.2 主营产品

12.8.3 竞争优势

12.8.4 经营状况

12.9 金杯汽车股份有限公司

12.9.1 公司简介

12.9.2 主营产品

12.9.3 竞争优势

12.9.4 经营状况

12.10 安徽奇瑞汽车有限公司

12.10.1 公司简介

12.10.2 主营产品

12.10.3 竞争优势

12.10.4 经营状况

12.10.5 企业发展

第五部分 发展趋势

第十三章 国内外轿车品牌发展比较

13.1 自主轿车品牌发展分析

13.1.1 中国汽车自主品牌发展海外发展策略

13.1.2 奇瑞吉利战略分析

13.2 汽车企业发展管理分析

13.2.1 跨国汽车公司供应链管理比较

13.2.2 豪华汽车品牌管理缺陷

第十四章 中国轿车发展策略分析

14.1 国外汽车工业发展启示

14.1.1 日本新能源汽车发展启示

14.1.2 德国汽车工业发展启示

14.1.3 汽车工业未来发展趋向

14.2 中国汽车工业发展对策研究

14.2.1 中国轿车工业自主品牌发展机会分析

14.2.2 提高我国汽车工业发展竞争力的对策研究

14.2.3 中国汽车企业新发展途径

第十五章 中国轿车市场发展趋势及预测

15.1 轿车行业发展趋势

15.1.1 中高级轿车发展趋势

15.1.2 两厢轿车市场的发展趋势

15.2 中国轿车市场发展预测

15.2.1 未来五年汽车行业前景预测

15.2.2 未来五年汽车及零部件产销形势预测

15.2.3 中国汽车工业产业规模预测

15.2.4 未来五年汽车市场产销量预测

15.2.5 未来五年中国电动汽车市场销量规模预测

15.2.6 未来五年轿车市场需求预测

15.2.7 新能源车市场预测

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/204457204457.html>