

中国乘用车行业市场调研及未来五年发展动向预测报告

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《中国乘用车行业市场调研及未来五年发展动向预测报告》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/204726204726.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《中国乘用车行业市场调研及未来五年发展动向预测报告》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。

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。

报告大纲

第一部分 乘用车产业深度剖析

第一章 全球乘用车产业运行态势分析

第一节 国际汽车行业运行简况

一、世界汽车产业"整零"关系模式分析

二、世界汽车销量情况分析

三、全球汽车销量增长预测

第二节 世界乘用车行业市场运行情况分析

一、全球乘用车销售情况分析

二、全球各国乘用车销量情况

三、欧洲乘用车消费及注册情况

四、亚洲将成为全球最大的乘用车市场

第三节 部分国家和地区乘用车市场动态分析

一、英国乘用车行业发展分析

二、捷克乘用车行业发展分析

三、日本乘用车行业发展分析

四、美国乘用车行业发展分析

五、德国乘用车行业发展分析

六、法国乘用车行业发展分析

第四节 未来五年全球乘用车市场趋势探析

第二章 中国乘用车行业运行新态势分析

第一节 我国乘用车行业发展状况

- 一、中国乘用车市场增长分析
- 二、中国上市新车情况
- 三、中国乘用车企业销售排行分析
- 四、中国乘用车各车型销售情况
- 五、中国轿车销售情况
- 第二节 中国乘用车市场销量分析
 - 一、中国乘用车市场销量
 - 二、中国乘用车自主品牌销售情况
 - 三、中国乘用车分排量销量情况
 - 四、乘用车市场销售情况
 - 五、乘用车主要品种产销情况
- 第三节 中国乘用车行业供需分析
 - 一、乘用车持续热销的原因
 - 二、我国乘用车终端需求分析
 - 三、乘用车市场供求及价格分析
- 第三章 中国乘用车行业经济运行分析
 - 第一节 中国乘用车行业上牌数及政策分析
 - 一、全国乘用车上牌数分析
 - 二、乘用车购置税调整及影响分析
 - 第二节 中国乘用车行业进出口分析
 - 一、按贸易方式分乘用车进出口分析
 - 二、中国乘用车进出口情况
 - 第三节 中国乘用车在二三级市场动态分析
 - 一、二三级市场乘用车消费需求分析
 - 二、乘用车竞争情况
 - 三、二三级市场的乘用车经销商和厂商应对策略
 - 四、经济兴衰对乘用车销量的影响
 - 五、经济兴衰下国内乘用车投资价值凸现
- 第四章 中国汽车行业产业运行形势分析
 - 第一节 中国汽车工业发展分析
 - 一、汽车生产情况分析
 - 二、中国汽车工业经济运行情况分析
 - 三、中国汽车企业并购与重组分析
 - 四、汽车产业调整和振兴规划
 - 第二节 中国汽车产销量分析

- 一、中国汽车产销量分析
- 二、中国载货汽车产销量分析
- 三、中国公路客车产销量分析
- 四、中国轿车产销量分析
- 第三节 中国汽车零部件行业分析
 - 一、我国汽配市场发展状况分析
 - 二、汽车零部件企业业绩分析
 - 三、我国零部件企业并购情况
 - 四、我国汽车制动系统零部件进出口数据
- 第五章 中国乘用车行业区域市场分析
 - 第一节 华北市场分析
 - 第二节 中南市场分析
 - 第三节 华东市场分析
 - 第四节 东北市场分析
 - 第五节 西南市场分析
- 第二部分 乘用车市场竞争力点评
- 第六章 中国乘用车行业竞争新格局透析
 - 第一节 中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析
 - 一、自主品牌、美系车、欧系车在中国三足鼎立
 - 二、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较
 - 三、自主品牌和合资品牌汽车差距分析
 - 第二节 中国狭义乘用车竞争格局
 - 一、狭义乘用车各车系的表现
 - 二、自主品牌分析
 - 三、日系品牌走势
 - 四、德系品牌走势
 - 五、韩系品牌走势
 - 第三节 中国乘用车行业竞争力分析
 - 一、乘用车竞争的第一核心分析
 - 二、自主品牌竞争力分析
 - 三、海外豪华车分食乘用车市场
 - 四、中国汽车业角逐世界市场关键分析
- 第七章 中国乘用车市场走势深度评估
 - 第一节 中国乘用车品牌走势
 - 一、狭义乘用车主力车型市场表现

二、微型轿车主力品牌表现

三、小型车市场走势

四、紧凑型车市场走势

五、中高级车市场走势

六、高级轿车市场走势

七、MPV市场走势

八、SUV市场走势

九、微客市场走势

第二节 中国乘用车市场增长分析

一、乘用车车型结构走势对比

二、乘用车各排量市场构成分析

第三节 中国乘用车发展状况分析

一、乘用车市场现状

二、自主品牌乘用车销售情况

第四节 中国乘用车行业利润分析

一、乘用车行业利润分析

二、乘用车上市公司利润分析

第三部分 乘用车细分市场透视

第八章 乘用车细分市场运行动态分析

第一节 轿车市场发展分析

一、轿车市场发展态势

二、轿车品牌销量排行榜

三、中高级车市场竞争格局

四、自主品牌轿车发展策略

第二节 SUV市场发展分析

一、SUV市场发展态势

二、自主SUV的品牌竞争格局

三、国内SUV市场发展情况

四、SUV产品销量排行情况

第三节 MPV市场发展分析

一、MPV市场发展态势

二、MPV市场竞争格局

三、MPV市场自主品牌分析

四、MPV市场细分化趋势分析

第九章 中国自主品牌乘用车运行走势分析

第一节 中国自主品牌乘用车行业现状

- 一、自主品牌的机遇和问题分析
- 二、三大自主品牌车企融资情况
- 三、自主品牌掀起中国汽车产业浪潮

第二节 中国自主品牌乘用车行业分析

- 一、成功的自主品牌所需的微车战略
- 二、中国乘用车自主品牌建设情况
- 三、自主品牌企业发展战略分析
- 四、自主品牌发展存在的问题
- 五、中国汽车业自主品牌的发展坐标

第十章 中国乘用车重点企业运营关键性财务数据分析

第一节 上海大众汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 一汽大众汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 上海通用汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 广州本田汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京现代汽车有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 奇瑞汽车有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 一汽轿车股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四部分 乘用车市场前景与盈利预测

第十一章 中国乘用车市场新进入者分析

第一节 中国乘用车市场新进入者市场表现分析

一、商用车企业进军轿车市场

二、国外乘用车企

三、非汽车行业的企业

第二节 中国乘用车市场新进入者发展存在的障碍

一、乘用车市场的进入门槛提高了

二、外资全面渗透且竞争日趋激烈

三、当前的市场环境对新进入者尤其不利

四、乘用车市场新进入者的障碍

五、选择的空间变小

第三节 未来乘用车市场新进入者进入机会

一、未来中国乘用车市场的进入机会

二、从乘用车市场的趋势看新进入者的机会

第十二章 未来五年中国乘用车行业投资策略解析

第一节 乘用车市场新进入者的成功战略

一、拿出强有力的产品

二、建立中国特色的营销和渠道

三、提高产品和服务的质量

第二节 乘用车市场的新进入者的投资突破口

一、要有成功的产品

二、提高自主品牌的品牌溢价能力

三、加强品质管理

四、营销网络的搭建

第三节 乘用车市场的新进入者的发展战略

一、品牌定位策略

二、市场战术

三、产品战略

第十三章 未来五年中国乘用车行业发展趋势预测分析

第一节 未来五年中国乘用车市场趋势分析

一、乘用车市场总体估计

二、乘用车产品产能预测

三、狭义乘用车产品销售预测

四、中国柴油乘用车发展前景分析

第二节 未来五年中国乘用车产品发展趋势分析

一、我国乘用车未来的发展方向

二、乘用车市场的增长趋势

三、中国乘用车售后市场规模预测

第三节 未来乘用车渠道网络发展趋势

一、渠道服务功能将日益凸显

二、网点布局均衡化

三、终端形态多样化

第十四章 未来五年中国乘用车企业发展战略分析

第一节 自主品牌车企进军海外策略

一、自主品牌进军海外分析

二、培育市场以带动就业

三、热心公益尽企业责任

第二节 国内自主品牌车企进军高端市场战略

一、自主品牌车企进军高端市场战略分析

二、自主品牌车企进军高端市场问题探讨

三、六大国有车企"自主品牌"战略分析

第三节 自主品牌新技术突围策略分析

一、自主品牌押宝新能源

二、传统动力实现突破

三、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/204726204726.html>