

中国轿车市场格局分析及盈利空间评估报告（2014-2019）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国轿车市场格局分析及盈利空间评估报告（2014-2019）》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/185308185308.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

2013年1-4季度，我国汽车销量同比增长分别为13.11%、11.40%、14.24%和17.36%。

数据显示，我国基本型乘用车(轿车)产量从2005年的295.84万辆增长至2013年的1330.26万辆。2013年，我国基本型乘用车(轿车)行业产量呈现增长态势，比2012年（1119.18）同比增长18.86%。

我们认为，今后在中央刺激本土消费以推动经济增长的基础下，内地汽车需求已进入长期增长趋势。加上市民财富增加，乡镇人口上升，持续推动轿车需求。

中国报告网发布的《中国轿车市场格局分析及盈利空间评估报告（2014-2019）》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。

报告目录：

第一章 轿车简介

1.1 汽车概述

1.1.1 汽车的定义

1.1.2 汽车的基本构造

1.1.3 汽车的分类

1.1.4 汽车车身的演变

1.1.5 国产汽车产品型号编制规则

1.2 轿车介绍

1.2.1 轿车的定义

1.2.2 国外轿车分类

1.2.3 国内轿车分类

第二章 2011-2013年汽车行业发展分析

2.1 2011-2013年国际汽车行业发展概况

2.1.1 国际汽车工业发展变化特征

2.1.2 2011年世界汽车工业发展状况

2.1.3 2012年世界汽车工业发展状况

2.1.4 2013年世界汽车工业发展状况

2.2 中国汽车行业发展概况

2.2.1 中国汽车行业发展历程回顾

2.2.2 中国已成国际最大的汽车市场

2.2.3 “十一五”时期中国汽车工业发展综述

2.2.4 中国汽车产业自主品牌发展分析

2.3 2011-2013年中国汽车行业发展分析

2.3.1 2011年中国汽车行业发展分析

2.3.2 2012年中国汽车工业运行状况

2.3.3 2013年中国汽车工业运行状况

2.4 中国汽车业发展存在的问题

2.4.1 中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈

2.4.2 中国汽车市场存在的主要问题

2.4.3 中国汽车产业仍然大而不强

2.4.4 中国汽车行业品牌国际化存在的不足

2.5 中国汽车业的发展对策

2.5.1 促进汽车消费市场发展的措施建议

2.5.2 中国汽车行业品牌国际化的对策建议

2.5.3 中国汽车行业可持续发展的措施

2.5.4 中国新能源汽车产业化发展建议

2.5.5 汽车产业未来发展应遵循的方向

第三章 2011-2013年国际轿车行业发展分析

3.1 2011-2013年世界轿车行业概况

3.1.1 节能环保小型车畅销国外轿车市场

3.1.2 世界轿车市场畅销排名分析

3.1.3 欧盟轿车市场价格运行概述

3.1.4 国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场

3.1.5 全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用

3.2 美国

3.2.1 2011年美国轿车市场销量概况

3.2.2 2012年美国轿车市场销量概况

3.2.3 2013年美国轿车市场销量概况

3.3 德国

3.3.1 2011年德国轿车行业发展概况

3.3.2 2012年德国轿车行业发展概况

3.3.3 2013年1-12月德国轿车行业概况

3.4 日本

3.4.1 日本轿车销量首跌

3.4.2 日本轿车全球市场销售状况

3.4.3 日系轿车在华市场份额减少的原因分析

3.4.4 日本轿车市场销售排名概况

3.5 俄罗斯

3.5.1 2011年俄罗斯轿车行业产销概况

3.5.2 2011年俄罗斯轿车进出口概况

3.5.3 2012年俄罗斯轿车行业产销概况

3.5.4 2013年俄罗斯轿车行业产销概况

第四章 2011-2013年中国轿车行业状况

4.1 中国轿车行业概况

4.1.1 中国轿车行业发展历程

4.1.2 我国轿车行业运行综况

4.1.3 中国轿车市场从透支到正常的变化分析

4.1.4 国家节能汽车补贴政策对轿车行业的影响分析

4.1.5 中国轿车市场品牌结构分析

4.2 2011-2013年中国轿车市场发展分析

4.2.1 2011年中国轿车行业发展状况

4.2.2 2011年中国轿车市场走势分析

4.2.3 2012年中国轿车行业发展状况

4.2.4 2013年中国轿车行业发展状况

4.3 2011-2013年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

4.3.1 2011年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

4.3.2 2012年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

4.3.3 2013年1-12月全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

4.4 2011-2013年中国轿车市场消费分析

4.4.1 中国轿车市场的消费形势变化分析

4.4.2 影响轿车消费的主要因素

4.4.3 我国轿车市场消费者需求调查分析

4.4.4 对中国轿车消费市场的建议

4.5 价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读

4.5.1 价值分析方法

4.5.2 价值分析对轿车国产化的用途分析

4.5.3 轿车国产化项目的价值分析过程解读

4.6 中国轿车业发展存在的问题与对策分析

4.6.1 中国轿车产业发展过程中存在的问题

4.6.2 中国轿车服务体系存在不足

4.6.3 中国轿车存在轮胎安全隐患

4.6.4 中国轿车产业发展策略建议

4.6.5 促进轿车产业价值链发展的战略对策

4.6.6 对自主品牌企业未来发展的几点建议

第五章 2011-2013年微型轿车发展分析

5.1 微型轿车概述

5.1.1 微型轿车的历史地位

5.1.2 微型轿车的优势

5.1.3 微轿市场在车型升级中升温

5.1.4 我国微型轿车市场运动化态势明显

5.2 2011-2013年中国微型轿车发展分析

5.2.1 2011年我国微型轿车市场发展走势

5.2.2 2011年微型轿车市场自主品牌概况

5.2.3 2012年我国微型轿车市场发展分析

5.2.4 2013年我国微型轿车市场发展走势

5.3 电动微型轿车的相关分析

5.3.1 电动微型轿车应时而生

5.3.2 全面提高电动微型轿车的质量与性能

5.3.3 国家应全力支持电动微型轿车发展

5.3.4 电动微型轿车将走向世界

5.4 中国微型轿车面临的压力

5.4.1 成本压力

5.4.2 配套压力

5.4.3 产品压力

5.4.4 品牌压力

5.4.5 竞争压力

5.5 微型轿车发展对策及前景趋势

5.5.1 中国微型轿车企业发展对策

5.5.2 微型轿车将走俏市场

5.5.3 微型电动轿车前景广阔

第六章 2011-2013年经济型轿车发展分析

6.1 经济型轿车概述

6.1.1 经济型轿车定义及分类

6.1.2 经济型轿车主要特征

6.1.3 经济型轿车受市场青睐的原因

6.1.4 发展经济型轿车的意义

6.1.5 经济型轿车发展模式选择分析

6.2 中国经济型轿车行业发展分析

6.2.1 中国经济型轿车发展态势

6.2.2 中国经济型车市场的裂变分析

6.2.3 2011年中国经济型轿车市场分析

6.2.4 2012年中国经济型轿车市场分析

6.2.5 2013年中国经济型轿车市场分析

6.3 阻碍中国经济型轿车发展的几大因素

6.3.1 经济型轿车质量有待提高

6.3.2 消费观念影响经济型轿车的发展

6.3.3 基础配套设施问题

6.4 中国经济型轿车发展前景及趋势

6.4.1 油价上涨促进经济型轿车的销售

6.4.2 未来经济型轿车市场发展趋势

6.4.3 未来经济型轿车将成为轿车市场消费主流

第七章 2011-2013年其他轿车细分市场分析

7.1 2011-2013年豪华轿车发展分析

7.1.1 豪华轿车应满足的条件

7.1.2 2011年我国高档轿车市场分析

7.1.3 2012年国产豪华轿车市场分析

7.1.4 2013年国产豪华轿车市场分析

7.1.5 中国成为德国高档轿车全球最大市场

7.2 2011-2013年中高级轿车市场运行状况

7.2.2 2011年国内中高级轿车市场运行分析

7.2.3 2012年我国中高级轿车市场运行分析

7.2.4 2013年我国中高级轿车市场运行分析

7.3 中高级轿车发展趋势

7.3.1 未来中高级轿车仍以合资产品为主

7.3.2 性价比提升是中高级轿车发展趋势

7.3.3 中高级轿车未来发展方向

7.3.4 现代中高级轿车技术发展趋势

第八章 中国轿车行业进出口分析

8.1 中国轿车行业进出口状况分析

8.1.1 2011年中国轿车行业进出口数据

8.1.2 2012年中国轿车行业进出口数据

8.1.3 2013年中国轿车行业进出口数据

8.2 中国自主品牌轿车出口分析

8.2.1 中国自主品牌轿车出口特点

8.2.2 自主品牌轿车出口概况

8.2.3 中国自主品牌轿车出口存在的问题

8.2.4 我国自主品牌轿车出口的发展对策

第九章 2010-2013年中国轿车市场竞争分析

9.1 2010-2013年中国轿车市场竞争概述

9.1.1 轿车企业的核心竞争力分析

9.1.2 我国轿车行业竞争的根本规律分析

9.1.3 2011年我国轿车市场竞争格局概况

9.1.4 2012年我国轿车市场竞争格局概况

9.1.5 国产与进口轿车竞争比较优劣势分析

9.1.6 中国轿车品牌与国外品牌的差距分析

9.2 2013年中国轿车各细分市场竞争概述

9.3 提升中国轿车行业竞争力的建议

9.3.1 善用“钻石理论”

9.3.2 提高自主开发能力

9.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售

9.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略

9.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议

第十章 2010-2013年轿车行业重点企业财务状况

10.1 一汽轿车股份有限公司

10.1.1 企业简介

10.1.2 2011年1-12月一汽轿车经营状况分析

10.1.3 2012年1-12月一汽轿车经营状况分析

10.1.4 2013年1-12月一汽轿车经营状况分析

10.2 上海大众汽车有限公司

10.2.1 企业简介

10.2.2 2011年上海大众经营状况

10.2.3 2012年上海大众经营状况

10.2.4 2013年1-12月上海大众经营状况

10.3 上海通用汽车有限公司

10.3.1 公司简介

10.3.2 2011年上海通用经营状况

10.3.3 2012年上海通用经营状况

10.3.4 2013年1-12月上海通用经营状况

10.4 北京现代汽车有限公司

10.4.1 公司简介

10.4.2 2011年北京现代经营状况

10.4.3 2012年北京现代经营状况

10.4.4 2013年1-12月北京现代经营状况

10.5 广州本田汽车有限公司

10.5.1 公司简介

10.5.2 2011年广汽本田经营状况

10.5.3 2012年广汽本田经营状况

10.5.4 2013年1-12月广汽本田经营状况

10.6 安徽奇瑞汽车有限公司

10.6.1 公司简介

10.6.2 2011年奇瑞汽车经营状况

10.6.3 2012年奇瑞汽车经营状况

10.6.4 2013年1-12月奇瑞汽车经营状况

10.7 比亚迪汽车有限公司

10.7.1 公司简介

10.7.2 2011年比亚迪经营状况

10.7.3 2012年比亚迪经营状况

10.7.4 2013年1-12月比亚迪经营状况

10.8 安徽江淮汽车股份有限公司

10.8.1 公司简介

10.8.2 2011年江淮汽车经营状况

10.8.3 2012年江淮汽车经营状况

10.8.4 2013年1-12月江淮汽车经营状况

第十一章 中国轿车行业投资分析

11.1 汽车行业投资概况

11.1.1 国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入

11.1.2 国家投巨资支持央企开发汽车行业

11.1.3 我国汽车行业具有持续性投资价值

11.1.4 国内能源巨企纷纷投资汽车行业

11.2 轿车行业投资前景

11.2.1 政府不使用行政手段限制轿车投资

11.2.2 我国轿车行业极具投资潜力

11.2.3 微型轿车市场投资前景看好

11.3 轿车行业投资风险分析

11.3.1 轿车行业的进入壁垒风险

11.3.2 轿车替代品带来的风险

11.3.3 供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁

11.3.4 轿车行业内企业的竞争风险

11.4 轿车行业投资策略分析

11.4.1 轿车行业投资策略

11.4.2 轿车企业应积极采取措施应对风险

第十二章 轿车行业未来发展趋势及前景预测分析

12.1 汽车行业未来发展分析

12.1.1 全球汽车产业发展趋势综述

12.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期

12.1.3 “十二五”新能源汽车产业化进程将加速

12.1.4 “十二五”汽车工业发展的战略选择

12.2 轿车行业未来发展预测

12.2.1 未来我国轿车需求依然强劲

12.2.2 2014-2019年中国轿车行业发展预测分析

12.2.3 未来轿车将趋向多功能化

12.2.4 现代柴油轿车发展将成必然趋势

图表目录：

图表 国产汽车产品型号第二、三位数字含义

图表 2009-2013年国内轿车市场份额变化比较

图表 2010-2013年国内轿车市场份额变化比较

图表 2008-2010年月度汽车销量变化情况

图表 2008-2010年月度汽车销量同比变化情况

图表 2009-2010年月度乘用车销量及同比变化情况

图表 2009-2010年商用车月度销量及同比变化情况

图表 2010年1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况

图表 2010年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况

图表 2010年国内汽车销售市场占有率

图表 2010-2013月度汽车销量及同比变化情况

图表 2010-2013月度乘用车销量变化情况

图表 2010-2013月度商用车销量变化情况

图表 2013年1-12月一汽轿车非经常性损益项目及金额

图表 北京现代旗下轿车主力车型销售情况

图表 奇瑞销售情况

图表 奇瑞产品国内销量比例

图表 江淮汽车公司各车型销量构成

图表 江淮汽车公司各车型收入构成

图表 2014-2019年中国轿车销量预测

图表 乘用车燃料消耗量限值

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/185308185308.html>