

2018-2023年中国经济型轿车市场发展调查及投资 趋势研究报告

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《2018-2023年中国经济型轿车市场发展调查及投资趋势研究报告》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/296255296255.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

1家用经济型轿车的定义

目前，国家发改委已对经济型车标准有了基本划定：经济型汽车不止是小排量汽车，还要求具体指标为：发动机排量 1.4L、车身总长 4m、发动机升功率 45kW/L，此外，如油耗、环保、安全等指标也要达到国家相关技术标准。本文在进行分析时，是将家用型经济型轿车定义为发动机排量 1.4L的基本型乘用车。此外，在进行定性分析时，也考虑了1.4 L 排量 1.6L的轿车经济型轿车市场竞争的基本型乘用车。

2家用经济型轿车的市场现状

依靠近几十年经济的快速增长，百姓物质需求的日益提高，机动车保有量保持较快增长。据公安部交管局最新数据统计，截止6月底，全国机动车保有量达3.04亿辆，相比去年增长18%。其中，小型载客汽车保有量达1.68亿辆，私家车持续快速增长。其中，私家车保有量达到了1.56亿辆，占汽车总量的76.32%，呈持续快速增长趋势、。

图：2016-2017年我国小型载客汽车保有量 资料来源：公开资料，中国报告网整理

快速增长的私家车保有量标志着家用经济型轿车的巨大发展潜力。尤其是对我国国产汽车而言，在高端轿车产品上无法和国外或大品牌汽车竞争的劣势上，将产品定位在经济型轿车上，市场潜力大，生产技术容易实施，只要做好产品及其之后的销售、保养及维修等方面服务，便可以产生强大的竞争力。

目前，我国汽车消费市场主要受到两个方面的影响：国家政策的影响和行业竞争的影响。首先，国家政策的影响主要体现在对于家用经济型轿车的政策法规上，包括购买、保有及使用三个阶段的政策，属于侧面效应；行业竞争的影响对汽车消费市场的影响是直接的。

总的来说，我国的轿车消费市场空间依然很大，无论从轿车要求环保与节能的国际预测，还是从近些年我国汽车消费市场的宏观大环境上，家用经济型轿车都将成为我国今后家庭消费用车的首选。

3家用经济型轿车消费市场的发展对策

当今这个阶段，面对中国汽车消费需求的现状，汽车制造商应根据本企业的发展制定合理，科学，最大满足消费者需求的发展道路，根据自身情况满足消费者的需求，国家要制

定政策鼓励汽车消费，从而刺激国内需求的增长。

3.1国家对家用经济型轿车政策方面

汽车消费政策包括购买阶段，保有阶段和使用阶段三个阶段。我国在这三个阶段中存在着，许多税收和国家与地方制定的名目众多的使用收费。长期压制家用汽车消费市场的发展。国家要加强高层立法，遏制地方政府的随意收费，实行统一的政策法规，针对经济型家庭用车辆跨桥费，保险费等费用实行优惠，停车费制定指导性优惠政策，取消地方歧视性规定。消费税征收要有档次，档次越高，燃油消耗越高，税收就越高，使用费用就越高。家庭用经济型轿车则应当有显著下降。

3.2家用经济型轿车的市场售价方面

价格对家用经济型轿车的销售起到至关重要的作用，也是消费者选择产品时考虑到的第一要素，但不是绝对要素。因而不能长期使用“价格”来刺激销量的增长。因此，家用经济型轿车价格的制定应立足于消费者的购买力，同时还要兼顾地域差异。所以汽车企业可以采取地区定价策略，其中又分为：统一定价、基点定价、分区定价和产地定价。由于分区定价易出现“串货”或“倒卖”现象，厂家的政策制定中很少用到。当然，在市场营销的政策制定过程中，企业和经销商应注重基本价格，依据现实的环境，制定相适应的价格策略，促使企业顺利地完成销售目标。

3.3家用经济型轿车品质方面

随着人们对环保的意识提高，现在越来越多的人将环保看得比从前重要得多。因此，国内汽车制造商应顺应潮流，从环保的角度发展经济型汽车，将此作为长期的战略目标。但是，当今阶段，大多数消费者依然存在着“汽车是身份认同的象征”这样的消费理念，所以企业要注重生产性能好，燃油消耗低，环保的中高端家用经济型轿车。

3.4家用经济型轿车销售方面

汽车4S店或都市展厅应位于最靠近市中心的地方，方便消费者寻求咨询或访问。同时，车企要培养同代理商之间的良好的合作关系，一同为消费者提供优质的服务。

此外，销售人员在汽车销售过程中发挥很大的作用。销售人员不仅代表了公司的形象，而且也创造了企业的利润，所以销售人员应当穿着整洁，言语亲切，更重要的是拥有丰富的

的专业知识和熟练的销售技巧。

4小结

当前我国正在从汽车生产大国向产业大国大幅迈进，现已成为国际汽车产业的重要组成部分。基于当前能源紧缺、环保日益严苛的形势下，发展家用经济型轿车，不但符合我国当前实际，满足大众化消费水平，还有利于提高我国汽车品牌的国际市场主动竞争力，极大地促进我国汽车市场的平稳可持续发展。文章对于家用经济型轿车的市场现状进行了分析与总结，并在此基础上提出了一些对策，以期能够为后续研究提供一些借鉴。

中国报告网发布的《2018-2023年中国经济型轿车市场发展调查及投资趋势研究报告》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、市场前景、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。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。

目录

第一章经济型轿车相关概述

第一节轿车的定义及划分

一、轿车的定义

二、中国轿车分级标准

三、美国轿车分级标准

四、德国轿车分级标准

第二节经济型轿车

一、经济型轿车简介

二、经济型轿车的定位

三、经济型轿车的优点

四、经济型轿车的消费诉求

第三节 微型轿车

- 一、微型轿车简介
- 二、微型轿车的特点
- 三、微型轿车的价格区间
- 四、微型轿车发展的优势

第二章 中国轿车工业发展分析

第一节 中国轿车工业发展回顾

- 一、中国轿车业发展的三个时期
- 二、中国轿车业起步较晚
- 三、中国轿车业发展的优劣势分析

第二节 中国轿车工业发展环境分析

- 一、中国轿车工业发展的宏观环境
- 二、中国汽车产业政策及影响
- 三、相关产业对中国汽车业发展的影响
- 四、油价上涨对轿车消费需求影响有限

第三节 中国轿车工业发展现状

- 一、中国轿车行业发展概况
- 二、中国轿车市场发展状况
- 三、中国轿车市场发展状况

第四节 中国轿车工业存在的问题

- 一、中国轿车多以逆向开发为主
- 二、中国轿车工业技术研发不足
- 三、中国轿车业成本压力加大
- 四、中国轿车海外发展欠缺实力

第五节 中国轿车行业发展应重视的因素

- 一、技术因素
- 二、消费者因素
- 三、消费环境因素
- 四、基础设施建设因素

第三章 经济型轿车市场概况

第一节 世界经济型轿车市场

- 一、世界经济型轿车发展概述
- 二、欧洲经济型车市场潜力巨大

三、以色列人青睐日本产经济型轿车

四、巴西经济型轿车市场销量逐年下降

第二节中国经济型轿车市场发展回顾

一、经济型轿车市场发展轨迹

二、经济型轿车市场的发展分析

三、经济型轿车市场概况

四、2017经济型轿车市场状况

第三节经济型轿车市场价格变化动态

一、经济型轿车市场价格变化动态

二、经济型轿车市场价格变化动态

第四节经济型轿车市场竞争现状

一、经济型轿车市场竞争状况分析

二、经济型轿车市场三大车型竞争优势比对

三、经济型轿车市场三厢车竞争动态

第五节经济型轿车市场的问题及建议

一、经济型轿车市场受制于政策冻结

二、经济型轿车自主品牌市场问题分析

三、中国经济型轿车生产企业的发展建议

四、经济型轿车企业要考虑规模经济下的产业发展问题

五、应大力发展精品微型轿车

第六节经济型轿车市场的营销策略

一、信息服务提高产品传播效果

二、体验式营销让产品和服务说话

三、互动式营销在沟通中销售

四、跨界营销实现双品牌共赢

第四章经济型轿车生产主要数据分析

第一节全国排气量1.0升及以下轿车产销量分析

一、全国排气量1.0升及以下轿车产销量分析

二、全国排气量1.0升及以下轿车产销量分析

三、全国排气量1.0升及以下轿车产销量分析

第二节全国排气量1.0-1.6升（含1.6升）轿车产销量分析

一、全国排气量1.0-1.6升（含1.6升）轿车产销量分析

二、全国排气量1.0-1.6升（含1.6升）轿车产销量分析

三、全国排气量1.0-1.6升（含1.6升）轿车产销量分析

第五章微型轿车市场

第一节微型轿车市场发展状况分析

- 一、微型轿车市场的发展轨迹
- 二、微型轿车的市场特征
- 三、微型轿车市场分析
- 四、微型轿车市场分析
- 五、微型轿车发展存在的问题

第二节中国主流微型轿车的消费群体分析

- 一、夏利锁定中年族群
- 二、自由舰频繁现身城乡结合部及三线城市
- 三、奇瑞成为时尚人士的最爱
- 四、奔奔迎合“落寞”年轻一族心理

第三节微型轿车市场发展趋势

- 一、微型轿车竞争将更加激烈
- 二、微型轿车第三代产品将成为市场新亮点
- 三、微型轿车市场短期内无法走出困境

第六章经济型轿车产业的战略研究

第一节发展经济型轿车的重要意义

- 一、经济型轿车的发展加快了轿车消费大众化进程
- 二、经济型轿车的发展促进了轿车工业的技术进步
- 三、经济型轿车的发展改善了轿车消费环境
- 四、经济型轿车的发展优化了轿车产业结构
- 五、经济型轿车的发展有益于社会经济发展

第二节新形势下经济型轿车的发展模式及其要点

- 一、经济型轿车现行模式的思考
- 二、“十三五”发展规划对经济型轿车的界定
- 三、经济型轿车发展模式应具备的特征
- 四、经济型轿车应将比较优势转化为竞争优势

第三节经济型轿车的发展战略

- 一、将扩大现有市场份额作为短期目标
- 二、将实现净出口加入全球分工体系作为中长期目标
- 三、大力推动民营资本进入经济型轿车生产领域
- 四、逐步实现价值链升级的阶段性发展战略

第七章重点企业

第一节天津一汽夏利汽车股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第二节浙江吉利控股集团有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第三节奇瑞汽车股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第四节重庆长安汽车股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第五节东风悦达起亚汽车有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第六节海马投资集团股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第七节江西昌河汽车股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

五、昌河股份经济型轿车的发展状况

第八节中国众泰控股集团

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第八章2018-2023年经济型轿车发展环境分析

第一节2018-2023年政策环境

一、国家小排量车补贴政策

二、十三五国家鼓励小排量车发展

第二节国IV排放标准对经济型轿车的影响

一、北京率先实施国IV标准

二、实施国IV排放标准经济型轿车压力增大

三、国IV标准成为经济型轿车“试金石”

四、几款国产经济型轿车积极迎战国IV标准

第三节投资利好因素

一、经济型车倍受青睐的原因分析

二、中国轿车消费结构向健康方向发展

三、中国经济型轿车用钢材基本实现自给

四、经济型汽车发展顺应节能环保趋势

第九章2018-2023年经济型轿车发展前景及趋势预测

第一节2018-2023年轿车工业的前景及趋势分析

一、中国轿车工业发展的机遇和挑战

二、中国轿车市场的未来发展

三、中国轿车行业盈利前景分析

第二节2018-2023年经济型轿车的发展前景

一、小排量车市场的机遇与挑战

- 一、经济型轿车将有更大发展空间
- 二、未来经济型轿车市场增长潜力将高于轿车市场增长
- 三、经济型轿车将成为家用轿车首选
- 四、经济型轿车将迅速与国际惯例接轨

第三节2018-2023年经济型轿车的发展趋势

- 一、未来经济型轿车走向浅析
- 二、经济型轿车市场的变化趋势
- 三、未来几年经济型车迫于成本压力或将提价
- 四、经济型轿车消费将呈现多样化趋势

第十章2018-2023年经济型轿车投资策略探讨

第一节投资状况

- 一、兵装集团投资发展经济型轿车及其发动机
- 二、华晨汽车进军经济型轿车市场
- 三、夏利投资5.67亿用于经济型轿车研发

第二节投资风险

- 一、人民币升值对经济型轿车造成压力
- 二、高油价亦会短期“制动”经济型轿车
- 三、钢材涨价对经济型轿车影响巨大
- 四、经济型轿车面临高风险竞争

图表目录

图表：轿车企业销量排行榜

图表：轿车品牌销量排行榜

图表：轿车销售（分排量）汇总表

图表：2017主要畅销经济型轿车车型销量

图表：新威驰竞争对手价格对比表

图表：消费者购买决策的全过程

图表：1-12月全国排气量1.0升及以下轿车产量数据

图表：1-12月全国排气量1.0升及以下轿车销量数据

图表：1-12月全国排气量1.0升及以下轿车产量数据

图表：1-12月全国排气量1.0升及以下轿车销量数据

（GYZJY）

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/296255296255.html>