

中国轿车市场投资分析及未来五年发展策略研究报告

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《中国轿车市场投资分析及未来五年发展策略研究报告》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/216359216359.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

今年11月份，在经历了长时间的低位徘徊后，国内轿车市场销量最终还是出现了下滑，同比下降4.4%至107.69万辆，出现这一市场困境的原因何在？轿车市场见顶了吗？

轿车增速放缓甚至下滑跟市场总量的快速增长有关，“过去几年商务车销量停滞，乘用车就一直呈现快速增长的势头，总体而言，现在已经达到了一个高位”。此外，付志勇还指出，到了高位后又将面临分流。“在中国市场二次购车潮逐渐出现的当下，基于国人的消费习惯，SUV会成为消费者换车的首选。国内市场自2010年以后整车厂基本上都在走SUV路线，这样就会被分流部分销量。”付志勇认为，汽车作为大众消费品和经济有着必然联系，而整个宏观经济在未来3年是紧缩的，收入的预期和整个中国经济增长的预期会抑制人们的消费，这个也与R值有关，即每个城市的人均收入和平均车价比。

崔东树同样指出轿车市场被分流的现象，“11月SUV、MPV都有40%左右的高增长，轿车市场受到了明显的分流效果”。崔东树还指出，“部分主机厂由于明年将上新车或执行新的产品规划主动收缩也是一大原因，产的少了，卖的就少了。如大众等作为轿车市场里的主力，年末下调产量，这对轿车市也产生了一定的影响。”此外，崔东树还认为，去年日系冲得比较猛，同期基数比较高也是导致11月销量下滑的一个因素。

需求还是存在的，车价到一定水平还是会有一定的需求量。目前的宏观经济有点偏向紧缩，消费有点回滞，对汽车消费也不利，但是消费需求绝对没有到饱和的地步。

未来几年，受宏观经济影响，轿车市场可能会增速放缓，但远没到饱和态势。11份股市形势大好，一批80、90后潜在汽车消费者也进入到股市，资金被大量吸走，这也会抑制11月的销量数据。参照国外的标准，我国百户家庭的汽车保有量还有一倍以上的空间。

相较于MPV、SUV市场动辄增长四成以上，轿车市场增速却呈现出英雄迟暮的疲惫之态，于是拐点论开始兴起，虽然说轿车市场已经见顶有点夸张，不可否认的是轿车市场作为一个主要增长引擎的时代已经过去。美国市场上SUV的市场份额已超过轿车市场，作为参照，车企对于在轿车市场上的产品投放必须格外谨慎小心了。

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 汽车行业发展分析

2.1 国际汽车行业发展概况

2.2 中国汽车行业发展概况

2.3 中国汽车业发展存在的问题及建议

第三章 国际轿车行业发展分析

3.1 世界轿车行业概况

3.2 美国

3.3 德国

3.4 日本

3.5 俄罗斯

第四章 中国轿车行业状况

4.1 中国轿车行业概况

4.2 全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

4.3 中国轿车市场消费分析

4.4 价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读

4.5 中国轿车业发展存在的问题与对策分析

第五章 微型轿车

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 中国微型轿车发展分析

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

5.4 中国微型轿车面临的压力

5.5 微型轿车发展对策及前景趋势

第六章 经济型轿车

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

6.3 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 其他轿车细分市场

7.1 豪华轿车发展概述

7.2 中高级轿车市场运行状况

7.3 中高级轿车发展趋势

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分析

8.2 中国轿车行业进出口分析

8.3 中国自主品牌轿车出口分析

8.3.1 中国自主品牌轿车出口特点

8.3.2 自主品牌轿车出口概况

8.3.3 中国自主品牌轿车出口存在的问题及对策

第九章 中国轿车市场竞争分析

9.1 中国轿车市场竞争概述

9.2 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

第十章 中国轿车营销分析

10.1 中国轿车营销模式透析

10.1.1 中国轿车营销模式的内涵

10.1.2 中国轿车营销模式的选择分析

10.1.3 中国轿车营销模式的主要特点

10.2 轿车营销中的客户关系管理分析

10.2.1 CRM的起源及定义

10.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理

10.2.3 实施客户关系管理的流程

10.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题

10.3 中国轿车业营销渠道分析

10.3.1 轿车营销渠道的定义及作用

10.3.2 中国轿车行业渠道模式现状

10.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问题

10.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策

10.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施

10.4 中国轿车营销存在的问题及对策

第十一章 轿车行业关联产业

11.1 汽车零部件

11.2 钢铁

11.3 石油

11.4 橡胶

第十二章 重点企业介绍

12.1 一汽轿车股份有限公司

12.1.1 企业简介

12.1.2 经营状况分析

12.2 上海大众汽车有限公司

12.2.1 企业简介

12.2.2 经营状况分析

12.3 上海通用汽车有限公司

12.3.1 公司简介

12.3.2 经营状况分析

12.4 北京现代汽车有限公司

12.4.1 公司简介

12.4.2 经营状况分析

12.5 广州本田汽车有限公司

12.5.1 公司简介

12.5.2 经营状况分析

12.6 安徽奇瑞汽车有限公司

12.6.1 公司简介

12.6.2 经营状况分析

12.7 比亚迪汽车有限公司

12.7.1 公司简介

12.7.2 经营状况分析

12.8 安徽江淮汽车股份有限公司

12.8.1 公司简介

12.8.2 经营状况分析

第十三章 中国轿车行业投资分析

13.1 汽车行业投资概况

13.1.1 国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入

13.1.2 国家投巨资支持央企开发汽车行业

13.1.3 我国汽车行业具有持续性投资价值

13.1.4 国内能源巨企纷纷投资汽车行业

13.2 轿车行业投资前景

13.2.1 政府不使用行政手段限制轿车投资

13.2.2 我国轿车行业极具投资潜力

13.2.3 微型轿车市场投资前景看好

13.3 轿车行业投资风险分析

第十四章 轿车行业未来发展分析

14.1 汽车行业未来发展分析

14.1.1 全球汽车产业发展趋势综述

14.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期

14.1.3 “十二五”新能源汽车产业化进程将加速

14.1.4 “十二五”汽车工业发展的战略选择

14.2 轿车行业未来发展预测

14.2.1 未来我国轿车需求依然强劲

14.2.2 2015-2020年中国轿车行业发展预测分析

14.2.3 未来轿车将趋向多功能化

14.2.4 现代柴油轿车发展将成必然趋势

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/216359216359.html>