

2020-2026年中国汽车市场 产销预测及投资发展策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国汽车市场产销预测及投资发展策略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiche/998477GZ83.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

根据“汽车经销商库存调查结果”，2019年12月份汽车经销商综合库存系数为0.90，同比上升10%，库存水平位于警戒线以下。12月汽车经销商库存预警指数为47.7%，也位于警戒线之下。

2019年4季度，进入年底冲量季，部分经销商为了年底冲量及清库存，进行降价促销；小排量购置税减免政策2019年正式退出，使得小排量汽车购买需求得到释放；春节临近也是促进市场需求增加的因素之一。2019年，小排量乘用车购置税优惠政策退出，又逢春节放假，预计市场需求将有所下降，汽车销量或将较为平淡，库存或将小幅反弹。经销商应根据实际情况，理性预估实际市场需求，合理控制库存水平，以防库存压力过大，导致经营风险。2016年12月-2019年12月中国汽车经销商库存预警指数走势

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国汽车市场产销预测及投资发展策略研究报告》共十二章。首先介绍了中国汽车行业市场发展环境、汽车整体运行态势等，接着分析了中国汽车行业市场运行的现状，然后介绍了汽车市场竞争格局。随后，报告对汽车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车产业有个系统的了解或者想投资中国汽车行业，本报告是您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 汽车工业的相关概述

1.1 汽车的相关介绍

1.1.1 汽车的定义

1.1.2 汽车的分类

1.1.3 汽车的性能

1.2 汽车行业的界定

1.2.1 汽车行业的概念

1.2.2 汽车行业的细分

1.2.3 汽车工业的经济作用

1.3 汽车行业产业链分析

- 1.3.1 汽车产业链的界定
- 1.3.2 汽车产业的供应链体系
- 1.3.3 汽车产业链的利润分配
- 1.4 汽车生产简介
 - 1.4.1 汽车生产的专业化和协作
 - 1.4.2 汽车主要原材料
 - 1.4.3 汽车制造工艺

第二章 2014-2019年世界汽车工业的发展

- 2.1 2014-2019年世界汽车行业现状
 - 2.1.1 行业发展特点
 - 2.1.2 行业生产状况
 - 2.1.3 行业销售现状
 - 2.1.4 重点区域市场
- 2.2 美国
 - 2.2.1 美国汽车工业发展的优势条件
 - 2.2.2 2015年美国汽车行业销量分析
 - 2.2.3 2016年美国汽车市场销量分析
 - 2.2.4 2019年美国汽车市场销量分析
 - 2.2.5 2019年美国汽车市场销量动态
- 2.3 日本
 - 2.3.1 日本汽车产业发展特点
 - 2.3.2 2015年日本汽车市场销量分析
 - 2.3.3 2016年日本汽车市场销量分析
 - 2.3.4 2019年日本汽车市场销量分析
 - 2.3.5 2019年日本汽车市场销量动态
- 2.4 韩国
 - 2.4.1 2015年韩国汽车行业运行分析
 - 2.4.2 2016年韩国汽车行业运行分析
 - 2.4.3 2019年韩国汽车市场运行分析
 - 2.4.4 2019年韩国汽车市场销量动态
 - 2.4.5 韩国汽车零部件进军中国市场

2.5 德国

2.5.1 政府在德国汽车业发展中的推动作用

2.5.2 2015年德国汽车市场销量情况

2.5.3 2016年德国汽车市场销量情况

2.5.4 2019年德国汽车行业销量情况

2.5.5 2019年德国汽车行业运行动态

2.6 俄罗斯

2.6.1 2015年俄罗斯汽车行业销售情况

2.6.2 2016年俄罗斯汽车行业销售情况

2.6.3 2019年俄罗斯汽车行业销售情况

2.6.4 2019年俄罗斯汽车行业发展动态

2.7 其他国家

2.7.1 法国

2.7.2 意大利

2.7.3 英国

2.7.4 巴西

2.7.5 南非

第三章 2014-2019年中国汽车工业的发展

3.1 中国汽车行业发展综述

3.1.1 产业对经济发展的战略作用

3.1.2 行业整零关系的发展模式

3.1.3 产业集群发展状况分析

3.2 2014-2019年中国汽车所属行业产销分析

3.2.1 2015年汽车行业产销分析

3.2.2 2016年汽车行业产销分析

3.2.3 2019年汽车行业产销分析

3.2.4 2019年汽车行业产销动态

3.3 2014-2019年全国及主要省份汽车产量分析

3.3.1 2015年全国及主要省份汽车产量分析

3.3.2 2016年全国及主要省份汽车产量分析

3.3.3 2019年全国及主要省份汽车产量分析

3.3.3 2019年全国汽车产销量分析2019年1-9月全国汽车产量分析 - 汽车产量：万辆 增长%

2018.1月	268.8	13.60%	2月	170.6	-20.80%	3月	252.8	1.20%	4月	239.7	12.30%	5月	234.4	12.80%	6月	229	5.80%	7月	204.3	-0.70%	8月	200	-4.40%	9月	235.6	-11.70%
---------	-------	--------	----	-------	---------	----	-------	-------	----	-------	--------	----	-------	--------	----	-----	-------	----	-------	--------	----	-----	--------	----	-------	---------

3.4 2014-2019年中国汽车所属行业市场价格分析

3.4.1 2015年中国汽车市场价格分析

3.4.2 2016年中国汽车市场价格分析

3.4.3 2019年中国汽车市场价格分析

3.4.4 2019年中国汽车所属行业市场价格趋势

3.5 2014-2019年汽车所属行业经济效益分析

3.5.1 2015年汽车行业经济效益分析

3.5.2 2016年汽车行业经济效益分析

3.5.3 2019年汽车行业经济效益分析

3.5.4 2019年汽车行业经济效益动态

3.6 中国汽车行业发展的问题分析

3.6.1 市场存在的主要问题

3.6.2 产业发展的制约瓶颈

3.6.3 产业税收体系的不足

3.6.4 行业面临环保考验

3.7 促进中国汽车行业发展的对策

3.7.1 产业应对成本上升的建议

3.7.2 行业发展的战略对策

3.7.3 品牌国际化策略分析

3.7.4 产业竞争力提升策略

3.7.5 产业发展的相关理性思考

第四章 2014-2019年中国汽车工业自主品牌的发展

4.1 中国自主品牌汽车发展的总体分析

4.1.1 中国汽车发展自主品牌的必要性

4.1.2 中国汽车自主品牌的发展模式

4.1.3 中国汽车自主品牌获得成功的因素

- 4.1.4 我国汽车市场自主品牌发展趋于品质化
- 4.1.5 我国合资自主品牌汽车市场发展概述
- 4.1.6 跨国公司对中国汽车自主品牌发展的影响
- 4.2 2014-2019年中国汽车自主品牌发展分析
 - 4.2.1 2015年中国自主品牌汽车销售分析
 - 4.2.2 2016年中国自主品牌汽车销售分析
 - 4.2.3 2019年中国自主品牌汽车销售分析
 - 4.2.3 2019年中国自主品牌汽车销售分析
- 4.3 中国自主品牌汽车发展存在的问题
 - 4.3.1 自主品牌汽车发展的主要问题
 - 4.3.2 自主品牌发展面临的挑战
 - 4.3.3 自主品牌竞争力薄弱
 - 4.3.4 自主品牌发展的瓶颈
- 4.4 中国自主品牌汽车的发展策略
 - 4.4.1 中国自主品牌汽车的4P策略
 - 4.4.2 自主品牌增强核心竞争力的策略
 - 4.4.3 自主品牌海外发展的策略
 - 4.4.4 政府推动自主品牌发展的策略

第五章 中国汽车制造所属行业财务状况

- 5.1 中国汽车制造所属行业经济规模
 - 5.1.1 2011-2019年汽车制造业销售规模
 - 5.1.2 2011-2019年汽车制造业利润规模
 - 5.1.3 2011-2019年汽车制造业资产规模
- 5.2 中国汽车制造所属行业盈利能力指标分析
 - 5.2.1 2011-2019年汽车制造业亏损面
 - 5.2.2 2011-2019年汽车制造业销售毛利率
 - 5.2.3 2011-2019年汽车制造业成本费用利润率
 - 5.2.4 2011-2019年汽车制造业销售利润率
- 5.3 中国汽车制造所属行业营运能力指标分析
 - 5.3.1 2011-2019年汽车制造业应收账款周转率
 - 5.3.2 2011-2019年汽车制造业流动资产周转率

- 5.3.3 2011-2019年汽车制造业总资产周转率
- 5.4 中国汽车制造所属行业偿债能力指标分析
 - 5.4.1 2011-2019年汽车制造业资产负债率
 - 5.4.2 2011-2019年汽车制造业利息保障倍数
- 5.5 中国汽车制造所属行业财务状况综合评价
 - 5.5.1 汽车制造业财务状况综合评价
 - 5.5.2 影响汽车制造业财务状况的经济因素分析

第六章 2014-2019年轿车市场分析

- 6.1 2014-2019年中国轿车所属行业发展分析
 - 6.1.1 2015年轿车市场运行状况
 - 6.1.2 2016年轿车市场格局分析
 - 6.1.3 2019年轿车市场格局分析
 - 6.1.3 2019年轿车市场格局动态
- 6.2 2014-2019年中国不同类型轿车发展分析
 - 6.2.1 微型轿车市场现状
 - 6.2.2 中高级轿车市场走势
 - 6.2.3 A级轿车市场发展分析
 - 6.2.4 B级轿车市场发展分析
- 6.3 2014-2019年中国轿车市场消费分析
 - 6.3.1 影响轿车消费的主要因素
 - 6.3.2 我国轿车市场消费者需求调查分析
 - 6.3.3 对中国轿车消费市场的建议
- 6.4 中国轿车工业面临的挑战及对策
 - 6.4.1 中国轿车产业发展中存在的问题
 - 6.4.2 中国轿车海外发展欠缺实力
 - 6.4.3 中国轿车服务体系存在不足
 - 6.4.4 中国轿车产业发展策略建议
 - 6.4.5 促进轿车产业价值链发展的战略对策
- 6.5 轿车工业的发展前景及趋势分析
 - 6.5.1 未来轿车需求持续走高
 - 6.5.2 未来轿车将趋向多功能化

6.5.3 现代柴油轿车发展将成必然趋势

第七章 2014-2019年中国客车市场分析

7.1 中国客车行业发展综述

7.1.1 行业发展优势

7.1.2 行业发展历程

7.1.3 行业现状分析

7.1.4 “一带一路”下行业谋新局

7.2 2014-2019年中国客车市场发展分析

7.2.1 2015年市场发展分析

7.2.2 2016年市场发展分析

7.2.3 2019年市场发展分析

7.2.4 2019年市场发展现状

7.3 2014-2019年全国及主要省份客车产量分析

7.3.1 2015年产量分析

7.3.2 2016年产量分析

7.3.3 2019年产量分析

7.3.4 2019年产量分析

7.4 中国客所属行业车出口状况分析

7.4.1 2015年客车出口状况

7.4.2 2016年客车出口状况

7.4.3 2019年客车出口状况

7.4.4 2019年客车出口动态

7.5 中国客车国际化发展分析

7.5.1 企业实施国际化战略的意义

7.5.2 客车安全标准国际化亟待推进

7.5.3 行业国际竞争力分析

7.5.4 行业国际化进程中面临的挑战

7.6 客车市场品牌分析

7.6.1 客车企业品牌理念逐渐明确

7.6.2 客车企业品牌建设分析

7.6.3 客车销售品牌战略规划

- 7.7 中国客车行业存在的问题
 - 7.7.1 我国客车行业发展面临的主要挑战
 - 7.7.2 中小客车企业发展中存在的问题
 - 7.7.3 中国客车自主品牌与国外存在的差距
 - 7.7.4 中国客车业面临产能过剩难题
 - 7.7.5 客车行业长期存在合资难现象
- 7.8 中国客车行业发展对策
 - 7.8.1 中国成为客车强国应注重四大指标
 - 7.8.2 做强中国客车产业的战略选择
 - 7.8.3 推动农村客车市场发展的对策
 - 7.8.4 中国客车企业应构建竞争型售后服务新体系
 - 7.8.5 加强企业自主创新能力
 - 7.8.6 不断进行产品升级
 - 7.8.7 继续重视销量
 - 7.8.8 坚持专业化发展
- 7.9 中国客车市场发展趋势
 - 7.9.1 市场面临的机遇
 - 7.9.2 行业产销前景
 - 7.9.3 市场营销趋势

第八章 2014-2019年SUV市场分析

- 8.1 SUV简介
 - 8.1.1 SUV的概念
 - 8.1.2 SUV的特点
 - 8.1.3 SUV的细分
- 8.2 2014-2019年SUV市场总体分析
 - 8.2.1 我国SUV行业发展特点
 - 8.2.2 我国SUV市场的基本格局
 - 8.2.3 自主SUV和合资SUV的竞争
 - 8.2.4 国内SUV市场消费群体分析
- 8.3 2014-2019年中国SUV市场的发展
 - 8.3.1 2015年SUV市场运行分析

- 8.3.2 2016年SUV市场运行分析
- 8.3.3 2019年SUV市场运行分析
- 8.3.4 2019年SUV市场运行动态
- 8.4 2014-2019年SUV市场营销研究
 - 8.4.1 SUV的市场定位
 - 8.4.2 SUV的产品策略
 - 8.4.3 SUV的价格策略
 - 8.4.4 SUV的渠道策略
 - 8.4.5 SUV的促销策略
- 8.5 SUV行业存在的问题及发展策略
 - 8.5.1 SUV市场存在的问题
 - 8.5.2 制约SUV发展的瓶颈因素
 - 8.5.3 SUV市场面临的矛盾及对策
 - 8.5.4 自主品牌拓展SUV市场的策略
- 8.6 SUV的发展前景及趋势
 - 8.6.1 SUV市场发展潜力巨大
 - 8.6.2 SUV市场及车型的发展趋势
 - 8.6.3 未来SUV市场发展前景展望

第九章 2014-2019年新能源汽车市场分析

- 9.1 新能源汽车的定义和分类
 - 9.1.1 新能源汽车的定义
 - 9.1.2 新能源汽车的类型
 - 9.1.3 新能源汽车按燃料来源的划分
- 9.2 2014-2019年世界新能源汽车的发展现状
 - 9.2.1 全球新能源汽车产业政策解析
 - 9.2.2 全球新能源汽车产业发展现状
 - 9.2.3 2016年全球新能源汽车消费情况
 - 9.2.4 2019年全球新能源汽车消费情况
 - 9.2.5 2019年全球新能源汽车市场销量
 - 9.2.6 全球新能源汽车市场显露分化趋势
- 9.3 中国发展新能源汽车的机遇

- 9.3.1 新能源汽车对中国汽车工业意义重大
- 9.3.2 中国处于汽车动力技术变革机遇期
- 9.3.3 发展新能源汽车有利于优化能源结构
- 9.3.4 中国具有发展新能源汽车的后发优势
- 9.4 2014-2019年中国新能源汽车的发展
 - 9.4.1 2015年新能源汽车产销规模
 - 9.4.2 2015年新能源汽车市场格局
 - 9.4.3 2016年新能源汽车市场规模
 - 9.4.4 2019年新能源汽车市场规模
 - 9.4.5 2019年新能源汽车市场动态
- 9.5 2014-2019年新能源汽车行业区域动态
 - 9.5.1 深圳力推新能源汽车应用
 - 9.5.2 广州新能源汽车推广提速
 - 9.5.3 上海建设新能源车配套设施
 - 9.5.4 天津加大新能源汽车推广力度
 - 9.5.5 江苏新能源汽车行业持续扩张
 - 9.5.6 山东省新能源汽车推广规划
 - 9.5.7 合肥市新能源汽车业发展特征
- 9.6 新能源汽车发展中存在的问题
 - 9.6.1 新能源汽车发展的阻滞因素
 - 9.6.2 中国新能源汽车存在的瓶颈
 - 9.6.3 新能源汽车产业面临的挑战
 - 9.6.4 新能源汽车企业的技术瓶颈
- 9.7 中国新能源汽车行业发展对策及战略
 - 9.7.1 加快新能源汽车发展的对策
 - 9.7.2 新能源汽车科技发展策略
 - 9.7.3 新能源汽车发展的战略选择
 - 9.7.4 新能源汽车专利标准化策略建议
- 9.8 中国新能源汽车产业的前景及趋势
 - 9.8.1 中国新能源汽车发展空间广阔
 - 9.8.2 中国新能源汽车产业前景展望
 - 9.8.3 中国新能源汽车产业机遇与挑战并存

9.8.4 中国新能源汽车未来发展趋势

第十章 2014-2019年汽车产业集群的发展分析

10.1 汽车产业集群的内涵阐释

10.1.1 汽车产业集群的概念及类型

10.1.2 汽车产业集群的特征

10.1.3 汽车产业集群的形成机理

10.1.4 汽车产业集群的重大影响

10.2 国外汽车产业集群的研究与借鉴

10.2.1 世界已形成十大汽车产业集群

10.2.2 美国底特律汽车产业集群研究

10.2.3 日本丰田汽车产业集群研究

10.2.4 值得借鉴的成功经验

10.3 中国汽车产业集群的总体分析

10.3.1 产业集群是中国汽车产业发展的必然选择

10.3.2 中国汽车产业集群发展的现状

10.3.3 中国汽车产业集群的风险研究

10.3.4 我国汽车工业产业集群的竞争优势

10.3.5 中国汽车产业集群培育的政策路径

10.4 京津地区汽车产业集群发展分析

10.4.1 京津地区初显汽车产业集群化效应

10.4.2 京津地区汽车产业集群建设优势

10.4.3 京津地区汽车产业集群建设中存在的问题

10.4.4 京津地区汽车产业集群建设的策略

10.5 华中地区汽车产业集群发展分析

10.5.1 华中地区汽车产业集群概况

10.5.2 华中地区汽车产业集群的发展特征

10.5.3 华中地区汽车产业集群存在的主要问题

10.5.4 华中地区汽车产业集群发展的战略思路

10.6 上海汽车产业集群发展分析

10.6.1 上海已初步形成汽车产业集群

10.6.2 上海汽车产业集群的特征分析

- 10.6.3 上海汽车产业集群存在的主要问题
- 10.6.4 上海汽车产业集群发展的策略
- 10.7 广州汽车产业集群发展分析
 - 10.7.1 广州汽车产业集群现状
 - 10.7.2 广州汽车产业集群基本特点
 - 10.7.3 广州汽车产业集群竞争力分析
 - 10.7.4 广州汽车产业集群发展对策

第十一章 2014-2019年中国汽车所属行业进出口分析

- 11.1 2014-2019年中国汽车行业进出口分析
 - 11.1.1 2015年汽车行业进出口状况
 - 11.1.2 2015年中国汽车进出口特点
 - 11.1.3 2016年汽车行业进出口状况
 - 11.1.4 2019年汽车行业进出口状况
 - 11.1.5 2019年汽车行业进出口动态
- 11.2 2014-2019年部分区域汽车出口概况
 - 11.2.1 湖北省
 - 11.2.2 河南省
 - 11.2.3 新疆
 - 11.2.4 安徽省
 - 11.2.5 河北省

第十二章 2014-2019年汽车零部件市场分析

- 12.1 2014-2019年世界汽车零部件业的发展
 - 12.1.1 2015年汽车零部件行业总析
 - 12.1.2 2016年汽车零部件企业经营效益
 - 12.1.3 2019年汽车零部件企业经营效益
 - 12.1.4 2019年汽车零部件企业发展态势
 - 12.1.5 发达国家汽车零部件产业发展的经验
 - 12.1.6 全球汽车零部件产业的变化趋势
- 12.2 2014-2019年中国汽车零部件行业发展
 - 12.2.1 行业发展状况

- 12.2.2 经营现状分析
- 12.2.3 流通模式分析
- 12.2.4 市场格局分析
- 12.3 2014-2019年中国汽车零部件所属行业进出口分析
 - 12.3.1 2015年汽车零部件进出口分析
 - 12.3.2 2016年汽车零部件进出口分析
 - 12.3.3 2019年汽车零部件进出口分析
 - 12.3.4 2019年汽车零部件进出口动态
- 12.4 中国汽车零部件行业存在的问题
 - 12.4.1 行业面临的挑战
 - 12.4.2 企业的主要问题
 - 12.4.3 企业研发水平不足
 - 12.4.4 工业的制约因素
- 12.5 中国汽车零部件产业发展的对策
 - 12.5.1 行业的发展战略
 - 12.5.2 行业成功的关键因素
 - 12.5.3 企业发展对策
 - 12.5.4 提高企业自主创新能力的建议
- 12.6 汽车零部件行业发展前景分析
 - 12.6.1 行业发展展望
 - 12.6.2 市场发展趋势
 - 12.6.3 行业发展方向

第十三章 国外著名企业经营状况

- 13.1 通用汽车公司 (General Motors Company)
 - 13.1.1 公司简介
 - 13.1.2 通用汽车经营状况
- 13.2 福特汽车公司 (Ford Motor Company)
 - 13.2.1 公司简介
 - 13.2.2 福特汽车公司经营状况
- 13.3 戴姆勒汽车集团 (Daimler)
 - 13.3.1 公司简介

- 13.3.2 戴姆勒经营状况
- 13.4 丰田汽车公司 (TOYOTA MOTOR CORPORATION)
 - 13.4.1 公司简介
 - 13.4.2 营况况分析
 - 13.4.3 丰田经营状况分析
- 13.5 大众汽车集团 (Volkswagen Group)
 - 13.5.1 公司简介
 - 13.5.2 大众集团经营状况分析
- 13.6 宝马集团 (BMW Group)
 - 13.6.1 公司简介
 - 13.6.2 经营状况分析

第十四章国内重点汽车企业经营状况

- 14.1 一汽轿车股份有限公司
 - 14.1.1 公司发展概况
 - 14.1.2 经营效益分析
 - 14.1.3 业务经营分析
 - 14.1.4 财务状况分析
 - 14.1.5 未来前景展望
- 14.2 上海汽车集团股份有限公司
 - 14.2.1 公司发展概况
 - 14.2.2 经营效益分析
 - 14.2.3 业务经营分析
 - 14.2.4 财务状况分析
 - 14.2.5 未来前景展望
- 14.3 东风汽车股份有限公司
 - 14.3.1 公司发展概况
 - 14.3.2 经营效益分析
 - 14.3.3 业务经营分析
 - 14.3.4 财务状况分析
 - 14.3.5 未来前景展望
- 14.4 重庆长安汽车股份有限公司

- 14.4.1 公司发展概况
- 14.4.2 经营效益分析
- 14.4.3 业务经营分析
- 14.4.4 财务状况分析
- 14.4.5 未来前景展望
- 14.5 安徽江淮汽车股份有限公司
 - 14.5.1 公司发展概况
 - 14.5.2 经营效益分析
 - 14.5.3 业务经营分析
 - 14.5.4 财务状况分析
 - 14.5.5 未来前景展望
- 14.6 江铃汽车股份有限公司
 - 14.6.1 公司发展概况
 - 14.6.2 经营效益分析
 - 14.6.3 业务经营分析
 - 14.6.4 财务状况分析
 - 14.6.5 未来前景展望
- 14.7 上市公司财务比较分析
 - 14.7.1 盈利能力分析
 - 14.7.2 成长能力分析
 - 14.7.3 营运能力分析
 - 14.7.4 偿债能力分析

第十五章 2014-2019年中国汽车工业投资分析

- 15.1 行业投资壁垒分析
 - 15.1.1 规模经济
 - 15.1.2 产品差异化
 - 15.1.3 高新技术
 - 15.1.4 制度性壁垒
 - 15.1.5 绝对成本优势
 - 15.1.6 策略性壁垒
- 15.2 企业财务风险预警分析

- 15.2.1 财务风险管理现状
- 15.2.2 财务风险成因分析
- 15.2.3 主要财务风险因素
- 15.3 企业财务管理对策
 - 15.3.1 加强财务管理的意义与作用
 - 15.3.2 加强财务管理的经验借鉴
 - 15.3.3 加强财务管理的有效措施
- 15.4 中国汽车行业投资风险及建议
 - 15.4.1 汽车行业的投资风险
 - 15.4.2 汽车行业的投资建议

第十六章 中国汽车产业的政策法规分析

- 16.1 2014-2019年中国汽车工业政策法规分析
 - 16.1.1 2015年汽车行业政策法规
 - 16.1.2 2016年汽车行业政策法规
 - 16.1.3 2019年汽车行业政策法规
 - 16.1.4 2019年汽车行业政策法规
- 16.2 2014-2019年我国新能源汽车政策分析
 - 16.2.1 2015年中国新能源汽车政策法规
 - 16.2.2 2016年中国新能源汽车政策法规
 - 16.2.3 2019年中国新能源汽车政策法规
 - 16.2.4 2019年中国新能源汽车政策动态
- 16.3 国家“十三五”规划纲要对汽车产业的指导
 - 16.3.1 推进产业结构调整
 - 16.3.2 加强企业技术改造
 - 16.3.3 引导企业兼并重组
 - 16.3.4 促进中小企业发展
 - 16.3.5 培育发展战略性新兴产业
 - 16.3.6 实行更加积极主动的开放战略
 - 16.3.7 加快实施“走出去”战略
 - 16.3.8 加快发展生产性服务业

第十七章 汽车行业发展趋势及前景

17.1 中国汽车产业发展前景

17.1.1 资本集中方面

17.1.2 经营战略方面

17.1.3 科技发展方面

17.1.4 市场发展方面

17.1.5 产业配套方面

17.1.6 产业政策方面

17.2 汽车工业的发展趋势

17.2.1 全球汽车产业发展趋势综述

17.2.2 中国汽车工业的总体发展趋势

17.2.3 中国汽车市场发展趋势分析

17.2.4 绿色制造是中国汽车产业发展新方向

17.3 2020-2026年中国汽车制造行业预测分析

17.3.1 中国汽车制造行业发展因素分析

17.3.2 2020-2026年中国汽车产量预测

17.3.3 2020-2026年中国汽车制造行业收入预测

17.3.4 2020-2026年中国汽车制造行业利润预测

附录：

附录一：《汽车产业发展政策》

附录二：《汽车品牌销售管理实施办法》

附录三：《汽车贸易政策》

附录四：《汽车产品回收利用技术政策》

附录五：《新能源汽车生产准入管理规则》

附录六：《新能源汽车生产企业及产品准入管理规则》

附录七：《节能与新能源汽车产业规划（2012-2020）》

附录八：《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/998477GZ83.html>