

2020-2026年中国汽车市场 发展趋势与发展前景预测报告

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年中国汽车市场发展趋势与发展前景预测报告》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/998477GZC3.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

我国国家最新标准《汽车和挂车类型的术语和定义》(GB/T 3730.1—2001)中对汽车有如下定义：由动力驱动，具有4个或4个以上车轮的非轨道承载的车辆，主要用于：载运人员和（或）货物；牵引载运人员和(或)货物的车辆；特殊用途。

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国汽车市场发展趋势与发展前景预测报告》共十一章。首先介绍了汽车行业市场发展环境、汽车整体运行态势等，接着分析了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 全球汽车市场发展分析

第一节 全球汽车市场发展形势分析

- 一、2019年世界汽车市场形势综合分析
- 二、2019年世界汽车生产形势分析
- 三、世界汽车工业重心加速转移
- 四、后贸易战时期全球汽车工业发展的趋势

第二节 21世纪初世界汽车工业发展趋势

- 一、21世纪初世界汽车工业发展趋势
- 二、国际汽车未来发展趋势

第二章 2016-2019年中国汽车行业政策分析

第一节 2019年汽车行业各季度政策综述

- 一、2019年一季度汽车行业政策综述
- 二、2019年二季度汽车行业政策综述
- 三、2019年三季度汽车行业政策环境综述
- 四、2019年四季度汽车行业政策环境综述

第二节 2019年汽车行业政策综述

- 一、2019年初汽车政策微调多
- 二、国务院通知要求确保实现“十三五”节能减排目标
- 三、新能源新政实施细则近期恐难出台
- 四、小排量车与新能源车补贴政策有望近期出台
- 五、汽车信贷扶持政策

第三章 2016-2019年中国汽车工业运行分析

第一节 2019年中国汽车工业运行分析

- 一、2019年我国汽车产销分析
 - (一) 2019年我国乘用车产销分析
 - (二) 2019年我国商用车产销分析
 - (三) 2019年我国主要汽车企业(集团)产销分析
 - 二、2019年汽车工业总体运营状况简析
- ### 第二节 2019年中国汽车工业运行分析
- 一、2019年汽车消费成为我国消费热点
 - 二、2019年汽车工业发展特点分析
 - 三、2019年我国汽车工业经济运行状况分析
 - 四、2019年汽车工业分车型产销情况分析
 - 五、2019年汽车工业重点企业(集团)经济效益分析

第三节 2019年中国汽车工业运行分析

- 一、2019年汽车工业经济运行特点分析
- 二、2019年我国汽车工业产销分析
 - (一) 2019年我国汽车产销总体情况分析
 - (二) 2019年我国汽车市场走势分析
 - (三) 2019年汽车工业重点企业(集团)产销分析
 - (四) 2019年汽车产销及经济运行情况
 - (五) 2019年全国乘用车销售态势分析
- 三、2019年汽车工业重点企业(集团)经济效益分析

第四章 2016-2019年中国汽车制造业综合运营数据

第一节 2016-2019年中国汽车工业盈利能力

- 一、2016-2019年中国汽车工业销售利润
- 二、2016-2019年中国汽车工业资产利润率
- 三、2016-2019年中国汽车工业毛利率
- 四、2016-2019年中国汽车工业成本费用利润率
- 五、2016-2019年中国汽车工业人均利润率

第二节 2016-2019年中国汽车工业营运能力

- 一、2016-2019年中国汽车工业应收账款周转情况
- 二、2016-2019年中国汽车工业固定资产—流动资产周转

第三节 2016-2019年中国汽车工业偿债能力

第四节 2016-2019年中国汽车工业发展能力

- 一、2016-2019年中国汽车工业利润总额增长情况
- 二、2016-2019年中国汽车工业销售收入增长情况
- 三、2016-2019年中国汽车工业总资产增长情况
- 四、2016-2019年中国汽车工业从业人员增长情况

第五节 2016-2019年中国汽车工业规模

- 一、2016-2019年中国汽车工业总产值
- 二、2016-2019年中国汽车工业总资产增长情况
- 三、2016-2019年中国汽车工业利润总额变化情况
- 四、2016-2019年中国汽车工业销售收入变化情况
- 五、2016-2019年中国汽车工业从业人数变化情况

第五章 2016-2019年中国汽车所属行业进出口分析

第一节 2016-2019年汽车进出口分析

- 一、2016-2019年中国汽车进出口分析
- 二、2016-2019年我国汽车进出口
 - (一) 2016-2019年我国汽车出口
 - (二) 2016-2019年我国汽车进口
- 三、2016-2019年我国汽车商品所属行业进出口态势分析

第二节 2019年汽车所属行业进出口分析

- 一、2019年中国汽车所属行业进出口市场态势分析
 - (一) 2019年中国进口汽车所属行业市场态势分析
 - (二) 2019年汽车出口市场态势分析

二、2019年中国汽车进口数据

三、2019年中国汽车出口数据

第六章 中国汽车行业细分市场分析

第一节 2016-2019年轿车市场分析

一、2019年我国轿车市场销售状况分析

(一) 2019年我国轿车销售总体状况

(二) 2019年中国自主品牌轿车市场态势分析

二、2019年我国轿车市场销售分析

(一) 2019年轿车分排量销售及市场份额的变化

(二) 2019年轿车品牌分国别销售情况

(三) 2019年基本型乘用车(轿车)销售数据

三、2019年我国轿车市场销售态势分析

(一) 2019年基本型乘用车(轿车)销售汇总

(二) 2019年基本型乘用车(轿车)销售数据

(三) 2019年前十家轿车生产企业销量排名

(四) 2019年轿车销量前十位品牌排名

第二节 2016-2019年客车市场分析

一、2016-2019年客车市场态势分析

(一) 2019年客车市场发展的整体形势

(二) 2019年客车市场的阶段性特点分析

(三) 2019年客车市场走势分析

二、2016-2019年客车市场销售数据分析

(一) 2019年客车销售数据分析

(二) 2019年客车销售数据分析

三、新形势下客车企业营销创新分析

(一) 中国客车品牌特点分析

(二) 中国客车企业营销创新分析

四、新能源客车市场分析

(一) 我国新能源客车发展态势及主要生产企业产品

(二) 我国新能源客车市场发展过程中存在的问题

第三节 2016-2019年货车市场分析

一、2019年我国卡车市场态势分析

二、2019年货车市场态势数据分析

第七章 中国汽车行业市场需求分析

第一节 影响汽车需求的因素分析

第二节 汽车消费的约束条件分析

一、我国汽车消费的需求条件约束

二、我国汽车消费的供给条件约束

三、我国汽车消费的基础设施条件约束

四、我国汽车消费的政策条件约束

五、对我国汽车消费政策优化的分析

第三节 汽车消费需求多样化分析

一、国内汽车市场竞争激烈 消费者期望值升高

二、消费需求多样化 中国汽车市场开打细分战

三、汽车消费更加多样化 车商应注重用户需求

第四节 汽车消费需求与营销策略分析

一、部分热门车型独特风格简析

二、汽车消费需求与汽车营销策略选择的分析

(一) 汽车品牌、质量需求及汽车营销策略

(二) 汽车价格需求及汽车营销策略

(三) 服务需求及营销策略

第八章 中国汽车行业销售渠道分析

第一节 国内外汽车营销渠道模式分析

一、国外汽车行业营销渠道现状

(一) 欧盟的品牌专卖店状况

(二) 美国的品牌专卖店情况

二、我国汽车行业营销渠道分析

(一) 品牌专卖店模式分析

(二) 汽车连锁超市模式分析

(三) 汽车园区模式分析

(四) 电子商务模式分析

第二节 我国汽车市场分销渠道模式分析

一、我国汽车市场分销渠道模式

- (一) 品牌专营模式发展态势
- (二) 集约式汽车交易市场模式发展态势
- (三) 汽车工业园区是有形市场新的发展方向
- (四) 汽车连锁销售业模式发展态势

二、对汽车市场分销渠道模式的建议

第三节 目前的汽车销售渠道存在的问题

第四节 跨国公司在华汽车营销模式分析

第五节 我国汽车厂商营销模式的发展分析

- 一、单一品牌营销体制的增多
- 二、产销一体化体制的整合
- 三、产品混营销售体制的出现
- 四、异地设置销售公司的增多
- 五、中外合资销售网络的功能有所突破
- 六、销售渠道是重要资源

第六节 我国汽车销售渠道的发展趋势分析

- 一、汽车销售渠道趋于多元化
- 二、国内汽车营销渠道变革的三大趋势

第九章 中国汽车工业竞争格局分析

第一节 世界汽车市场总体竞争格局分析

- 一、后危机时代中国与全球汽车工业格局
- 二、新格局下中国汽车工业的竞争策略分析

第二节 中国国内汽车市场的竞争格局分析

- 一、2019年中国汽车公司竞争力分析
- 二、2019年国内乘用车企业竞争力分析
- 三、我国国内汽车市场竞争格局的总体态势

第三节 汽车企业竞争优势来源的分析

- 一、汽车企业竞争优势来源的分析
- 二、我国提高汽车工业国际竞争力的策略分析
- 三、信息化：我国汽车工业提高国际竞争力的策略选择

第四节 低碳经济与汽车工业竞争力分析

- 一、世界汽车工业发展与低碳经济的关系
- 二、中国汽车市场变化的启示与对中国节能环保车发展的分析
- 三、节能：未来汽车产业竞争关键
- 四、低碳经济背景下我国汽车工业结构加速调整

第十章 部分重要汽车企业分析

第一节 中国第一汽车集团

- 一、集团简介
- 二、2016-2019年一汽轿车各项运营数据分析
 - (一) 2019年一汽轿车各项运营数据分析
 - (二) 2019年一汽轿车各项运营数据分析
- 三、2019年一汽轿车经营状况回顾与未来展望
 - (一) 2017年一汽轿车经营状况回顾
 - (二) 一汽轿车对公司未来发展的展望
- 四、2019年一汽集团汽车销售数据分析

第二节 东风汽车集团

- 一、集团简介
- 二、2016-2019年东风汽车各项运营数据分析
 - (一) 2017年东风汽车各项运营数据分析
 - (二) 2019年东风汽车各项运营数据分析
- 三、2019年度东风汽车股份有限公司经营回顾与未来展望
 - (一) 2019年度东风汽车股份有限公司经营状况回顾
 - (二) 东风汽车股份有限公司对未来发展的展望
- 四、2019年东风汽车集团产销数据分析

第三节 上海汽车集团

- 一、集团概况
- 二、2016-2019年上海汽车集团各项运营数据分析
 - (一) 2017年上海汽车集团各项运营数据分析
 - (二) 2019年上海汽车集团各项运营数据分析
- 三、2019年度上海汽车集团股份有限公司经营回顾与未来展望
 - (一) 2019年度上海汽车集团股份有限公司经营状况回顾

(二) 上海汽车集团股份有限公司未来发展的展望

四、2019年上海汽集团车产销数据分析

第四节 中国长安汽车集团股份有限公司

一、公司简介

二、2016-2019年长安汽车股份有限公司各项运营数据分析

(一) 2017年长安汽车股份有限公司各项运营数据分析

(二) 2019年长安汽车股份有限公司各项运营数据分析

三、2019年度长安汽车集团股份有限公司经营回顾与未来展望

(一) 2017年度长安汽车股份有限公司经营状况回顾

(二) 长安汽车股份有限公司未来发展的展望

四、2019年长安汽集团车产销数据分析

第五节 北汽集团

一、2017年北汽集团产销数据分析

二、2019年北汽集团产销数据分析

三、2019年北汽集团主要重大战略分析

第十一章 中国汽车产业发展战略分析()

第一节 后贸易战时期我国汽车产业发展战略分析

一、全球汽车格局的变迁与中国车企的机遇

二、中国汽车产业发展面临问题的分析

(一) 中国汽车产业发展面临问题的分析

(二) 我国汽车产业发展隐忧

三、后贸易战时期我国汽车产业发展战略分析

四、当前德国汽车制造业战略与结构调整的做法及启示

第二节 我国新能源汽车发展状况与战略分析

一、近年来世界新能源汽车发展态势分析

(一) 全球各汽车大国新能源汽车策略和措施对比

(二) 海内外各车企新能源战略简析

(三) 新能源汽车研发竞争状况分析

二、中国新能源汽车产业政策概览及预测

三、近年来中国新能源汽车产业发展态势分析

(一) 2019年我国新能源汽车发展历程简析

(二) 各大汽车企业对于发展“新能源”汽车态度解析

(三) 2019年我国新能源汽车发展态势分析

(四) 我国新能源汽车发展过程中的问题及应对措施分析

四、我国新能源汽车发展战略重要意义

第三节 我国汽车产业自主品牌发展状况与战略分析

一、近两年来我国汽车产业自主品牌发展概况

二、我国汽车产业自主品牌产销状况分析

三、我国汽车产业自主品牌产品满意度状况分析

四、自主品牌向中高端市场发力需要一个过程

五、我国自主品牌汽车发展的挑战与出路

六、我国自主品牌汽车的营销策略分析

第四节 丰田召回事件对我国自主品牌汽车工业的启示

一、丰田召回事件的概况

二、由丰田召回事件对汽车工业若干重大关系的反思

(一) 丰田召回事件带来的教训与反思

(二) 汽车工业应及时做出的调整

第五节 发展我国自主品牌汽车工业的战略选择

一、政府的政策和支持是自主汽车工业发展的关键

二、企业是自主汽车工业发展的主体

三、消费者是自主汽车工业发展的出发点和落脚点

第六节 我国汽车企业集团产业型模式的战略思考

第七节 对跨国汽车供应商扩展战略的研究及应对策略

部分图表目录：

图表 2016-2019年汽车产量

图表 2016-2019年汽车销量

图表 2016-2019年汽车产销走势

图表 2016-2019年乘用车产销比较

图表 2016-2019年乘用车产销走势

图表 2016-2019年商用车产销比较

图表 2016-2019年商用车产销走势

图表 2016-2019年月度汽车产量及同比变化情况

图表 2016-2019年月度汽车销量及同比变化情况

图表 2016-2019年月度乘用车销量及同比变化情况

图表 2016-2019年月度1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况

图表 2016-2019年月度商用车销量及同比变化情况

图表 2019年汽车主要品种销量增长贡献度

图表 2019年汽车工业重点企业（集团）工业经济效益综合指数构成情况

图表 2016-2019年来中国汽车工业销售利润率变化情况

图表 2016-2019年中国汽车工业资产利润率变化情况

图表 2016-2019年中国汽车工业利润总额增长情况

图表 2016-2019年中国汽车工业销售收入增长情况

图表 2016-2019年我国汽车工业总资产增长情况

图表 2016-2019年我国汽车工业利润总额变化情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/998477GZC3.html>