

2020-2026年中国汽车营销 策划市场分析与前景趋势报告

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年中国汽车营销策划市场分析与前景趋势报告》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/maoyi/H477500K4R.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

随着80后、90后，新型消费群体的崛起，汽车消费的年轻化、个性化的趋势更为明显。关于新兴群体购车的问题，大部分车企老总认为，年轻人购车主要是冲“外观设计”而来，占比达到29%，其次为“品牌印象及好感”，占比24%。相关数据显示，有83%的车企高管们认为，年轻人在购车决策前，受到“汽车垂直”渠道获取到相关信息。显然，短时期内，传统汽车垂直网站的地位难以撼动，因其高流量、面相C端用户的特点，为主机厂商投放广告提供了绝佳的理由。当然，另一项数据仍然不可小觑。有65%的车企高管们认为，新闻类APP如今日头条、新浪新闻等，也是年轻人看车或购车的重要渠道之一。

影响年轻群体分析	看重内容	第一看 (n=14)	第二看 (n=16)	第三看 (n=16)	第四看重 (n=16)	第五看重 (n=12)
汽车垂直		64.00%	31.00%	29.00%	6.00%	8.00%
新闻类APP		7.00%	50.00%	-	13.00%	-
广播		-	6.00%	6.00%	6.00%	8.00%
电视		-	-	-	-	-
13.00%	25.00%	杂志报纸	7.00%	-	-	8.00%
微博		7.00%	-	6.00%	29.00%	-
微信		7.00%	-	19.00%	19.00%	17.00%
门户网站		-	13.00%	38.00%	13.00%	-
电商		-	-	-	6.00%	-
6.00%	25.00%	其他	7.00%	-	-	8.00%

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国汽车营销策划市场分析与前景趋势报告》共十四章。首先介绍了中国汽车营销策划行业市场发展环境、汽车营销策划整体运行态势等，接着分析了中国汽车营销策划行业市场运行的现状，然后介绍了汽车营销策划市场竞争格局。随后，报告对汽车营销策划做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车营销策划行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车营销策划产业有个系统的了解或者想投资中国汽车营销策划行业，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 汽车营销策划行业发展综述

1.1 汽车营销策划行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 汽车营销策划行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 汽车营销策划行业在产业链中的地位

1.2.3 汽车营销策划行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 汽车营销策划行业生命周期

1.3 中国汽车营销策划所属行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 汽车营销策划所属行业运行环境 (PEST) 分析

2.1 汽车营销策划行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 汽车营销策划行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 汽车营销策划行业社会环境分析

2.3.1 汽车营销策划产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 汽车营销策划产业发展对社会发展的影响

2.4 汽车营销策划行业技术环境分析

2.4.1 汽车营销策划技术分析

2.4.2 汽车营销策划技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章我国汽车营销策划所属行业运行分析

3.1 我国汽车营销策划所属行业发展状况分析

3.1.1 我国汽车营销策划行业发展阶段

3.1.2 我国汽车营销策划行业发展总体概况

3.1.3 我国汽车营销策划行业发展特点分析

3.2 2014-2019年汽车营销策划所属行业发展现状

3.2.1 2014-2019年我国汽车营销策划行业市场规模

3.2.2 2014-2019年我国汽车营销策划行业发展分析

随着新技术成为基础设施之后，媒体之间的竞争，依旧回归内容本真。传统媒体依然在内容处理上有着独到观点、篇章笔法、运作流程的细化优势，当然，车企还是对新生自媒体给予厚望，想要“颠覆”具有多年品牌积淀的传统媒体，仍需在时效、独家亦或观点等方面自成一派。

实际上，自媒体正朝着IP化、人格化方向增值。

显然，车企也意识到了这一点，根据不同产品投放需求与传播概况，共同营销成为企业对于自媒体的首选方案。

此外，培养腰部自媒体发展为大IP也是企业传播的重点，这对于降低传播成本、增加企业曝光具有一定益处。与自媒体合作方式分析占比

对于投放渠道而言，车企的受众传播决策正由“跑马圈地”向着更为精准的细分营销转变。营销方式分析占比

3.2.3 2014-2019年中国汽车营销策划企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2014-2019年重点省市市场分析

3.4 汽车营销策划细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2014-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 汽车营销策划产品/服务价格分析

3.5.1 2014-2019年汽车营销策划价格走势

3.5.2 影响汽车营销策划价格的关键因素分析

- (1) 成本
- (2) 供需情况
- (3) 关联产品
- (4) 其他

3.5.3 2020-2026年汽车营销策划产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要汽车营销策划企业价位及价格策略

第四章我国汽车营销策划所属行业整体运行指标分析

4.1 2014-2019年中国汽车营销策划所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2014-2019年中国汽车营销策划所属行业运营情况分析

4.2.1 我国汽车营销策划行业营收分析

4.2.2 我国汽车营销策划行业成本分析

4.2.3 我国汽车营销策划行业利润分析

4.3 2014-2019年中国汽车营销策划所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章我国汽车营销策划所属行业供需形势分析

5.1 汽车营销策划行业供给分析

5.1.1 2014-2019年汽车营销策划行业供给分析

5.1.2 2020-2026年汽车营销策划行业供给变化趋势

5.1.3 汽车营销策划行业区域供给分析

5.2 2014-2019年我国汽车营销策划行业需求情况

5.2.1 汽车营销策划行业需求市场

5.2.2 汽车营销策划行业客户结构

5.2.3 汽车营销策划行业需求的地区差异

5.3 汽车营销策划市场应用及需求预测

5.3.1 汽车营销策划应用市场总体需求分析

(1) 汽车营销策划应用市场需求特征

(2) 汽车营销策划应用市场需求总规模

5.3.2 2020-2026年汽车营销策划行业领域需求量预测

(1) 2020-2026年汽车营销策划行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2020-2026年汽车营销策划行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业汽车营销策划产品/服务需求分析预测

第六章汽车营销策划所属行业产业结构分析

6.1 汽车营销策划产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国汽车营销策划行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 汽车营销策划产业结构调整方向分析

第七章我国汽车营销策划行业产业链分析

7.1 汽车营销策划行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 汽车营销策划上游行业分析

7.2.1 汽车营销策划产品成本构成

7.2.2 2014-2019年上游行业发展现状

- 7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势
- 7.2.4 上游供给对汽车营销策划行业的影响
- 7.3 汽车营销策划下游行业分析
 - 7.3.1 汽车营销策划下游行业分布
 - 7.3.2 2014-2019年下游行业发展现状
 - 7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势
 - 7.3.4 下游需求对汽车营销策划行业的影响

第八章我国汽车营销策划所属行业渠道分析及策略

- 8.1 汽车营销策划行业渠道分析
 - 8.1.1 渠道形式及对比
 - 8.1.2 各类渠道对汽车营销策划行业的影响
 - 8.1.3 主要汽车营销策划企业渠道策略研究
 - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 汽车营销策划行业用户分析
 - 8.2.1 用户认知程度分析
 - 8.2.2 用户需求特点分析
 - 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 汽车营销策划行业营销策略分析
 - 8.3.1 中国汽车营销策划营销概况
 - 8.3.2 汽车营销策划营销策略探讨
 - 8.3.3 汽车营销策划营销发展趋势

第九章我国汽车营销策划所属行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
 - 9.1.1 汽车营销策划行业竞争结构分析
 - (1) 现有企业间竞争
 - (2) 潜在进入者分析
 - (3) 替代品威胁分析
 - (4) 供应商议价能力
 - (5) 客户议价能力
 - (6) 竞争结构特点总结

9.1.2 汽车营销策划行业企业间竞争格局分析

9.1.3 汽车营销策划行业集中度分析

9.1.4 汽车营销策划行业SWOT分析

9.2 中国汽车营销策划行业竞争格局综述

9.2.1 汽车营销策划行业竞争概况

(1) 中国汽车营销策划行业竞争格局

(2) 汽车营销策划行业未来竞争格局和特点

(3) 汽车营销策划市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国汽车营销策划行业竞争力分析

(1) 我国汽车营销策划行业竞争力剖析

(2) 我国汽车营销策划企业市场竞争的优势

(3) 国内汽车营销策划企业竞争能力提升途径

9.2.3 汽车营销策划市场竞争策略分析

第十章 汽车营销策划行业领先企业经营形势分析

10.1 上海豪禾营销策划公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 经营状况

10.1.5 发展规划

10.2 众粉(上海)营销策划

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 经营状况

10.2.5 发展规划

10.3 沈阳亿度企业营销策划

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 经营状况

10.3.5 发展规划

10.4 上海蓬景数字营销策划

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 经营状况

10.4.5 发展规划

10.5 上海蓬景数字营销策划

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 经营状况

10.5.5 发展规划

10.6 其他

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 经营状况

10.6.5 发展规划

第十一章 2020-2026年汽车营销策划行业投资前景

11.1 2020-2026年汽车营销策划市场发展前景

11.1.1 2020-2026年汽车营销策划市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年汽车营销策划市场发展前景展望

11.1.3 2020-2026年汽车营销策划细分行业发展前景分析

11.2 2020-2026年汽车营销策划市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2026年汽车营销策划行业发展趋势

11.2.2 2020-2026年汽车营销策划市场规模预测

11.2.3 2020-2026年汽车营销策划行业应用趋势预测

11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

11.3 2020-2026年中国汽车营销策划行业供需预测

11.3.1 2020-2026年中国汽车营销策划行业供给预测

11.3.2 2020-2026年中国汽车营销策划行业需求预测

11.3.3 2020-2026年中国汽车营销策划供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年汽车营销策划行业投资机会与风险

12.1 汽车营销策划行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2020-2026年汽车营销策划行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2020-2026年汽车营销策划行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 汽车营销策划行业投资战略研究

13.1 汽车营销策划行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国汽车营销策划品牌的战略思考
 - 13.2.1 汽车营销策划品牌的重要性
 - 13.2.2 汽车营销策划实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 汽车营销策划企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国汽车营销策划企业的品牌战略
 - 13.2.5 汽车营销策划品牌战略管理的策略
- 13.3 汽车营销策划经营策略分析
 - 13.3.1 汽车营销策划市场细分策略
 - 13.3.2 汽车营销策划市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 汽车营销策划新产品差异化战略
- 13.4 汽车营销策划行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年汽车营销策划行业投资战略
 - 13.4.2 2020-2026年汽车营销策划行业投资战略
 - 13.4.3 2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 汽车营销策划行业研究结论
- 14.2 汽车营销策划行业投资价值评估
- 14.3 汽车营销策划行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建

图表目录：

图表1：汽车营销策划行业生命周期

图表2：汽车营销策划行业产业链结构

图表3：2014-2019年全球汽车营销策划行业市场规模

图表4：2014-2019年中国汽车营销策划行业市场规模
图表5：2014-2019年汽车营销策划行业重要数据指标比较
图表6：2014-2019年中国汽车营销策划市场占全球份额比较
图表7：2014-2019年汽车营销策划行业工业总产值
图表8：2014-2019年汽车营销策划行业销售收入
图表9：2014-2019年汽车营销策划行业利润总额
图表10：2014-2019年汽车营销策划行业资产总计
图表11：2014-2019年汽车营销策划行业负债总计
图表12：2014-2019年汽车营销策划行业竞争力分析
图表13：2014-2019年汽车营销策划市场价格走势
图表14：2014-2019年汽车营销策划行业主营业务收入
图表15：2014-2019年汽车营销策划行业主营业务成本
图表16：2014-2019年汽车营销策划行业销售费用分析
图表17：2014-2019年汽车营销策划行业管理费用分析
图表18：2014-2019年汽车营销策划行业财务费用分析
图表19：2014-2019年汽车营销策划行业销售毛利率分析
图表20：2014-2019年汽车营销策划行业销售利润率分析
图表21：2014-2019年汽车营销策划行业成本费用利润率分析
图表22：2014-2019年汽车营销策划行业总资产利润率分析
图表23：2014-2019年汽车营销策划行业集中度
图表24：2020-2026年中国汽车营销策划行业供给预测
图表25：2020-2026年中国汽车营销策划行业需求预测
图表26：2020-2026年中国汽车营销策划行业市场容量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/H477500K4R.html>