

# 2016-2022年中国MPV市 场前景研究与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国MPV市场前景研究与市场需求预测报告》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/jiaotong/J68941VXRN.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

近年来，MPV成为汽车细分领域的强势增长力量。长期以来，在国产乘用车市场，MPV就像主流类别车型市场之间的一条无关紧要的夹缝。但是，随着利益区隔裂变的来临，类别车型之间、档次车型之间、档次车型内部出现了纵横交错的区隔界沟。除了拥有商务工具车这片市场以外，MPV开始逐渐渗透到国产乘用车市场的每个角落。

而市场历经2000~2006年的孕育期，主要以商务车型为主（主要车型如奥德赛、GL8、普力马、瑞风），后来到了2007~2011年快速启动期，开始兼顾到家庭用途，涌现出了如和悦RS、景逸和森雅等以价格亲民、实用为代表的车型；尤其是从2012年开始，MPV的家庭用户开始崛起，宏光、欧诺、菱智等车型上市，快速推动了整个MPV市场的增长。2014年MPV市场延续了去年的良好势头，产销103.9万辆和100.11万辆，同比增60.3%和56.6%，持续领跑乘用车行业的增速。

随着中国商务经济的持续快速增长，商业机构对于商务型用车的需求热情也会持续上升。同时，随着汽车消费多元化的不断成长和成熟，家庭多功能用车也将迎来第一个黄金市场期。因此，在未来一个时期，MPV市场很可能成为国产乘用车市场里增幅最大的类别车型。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国MPV市场前景研究与市场需求预测报告》共九章。首先介绍了中国MPV行业的概念，接着分析了中国MPV行业发展环境，然后对中国MPV行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国MPV行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国MPV行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 MPV行业概述

#### 1.1 汽车行业的相关介绍

##### 1.1.1 汽车的定义

##### 1.1.2 汽车的分类

##### 1.1.3 汽车的性能

##### 1.1.4 汽车行业的界定

- 1.2 MPV概念的阐释
  - 1.2.1 MPV的定义
  - 1.2.2 MPV的特点
  - 1.2.3 MPV的分类
  - 1.2.4 MPV的结构
- 1.3 MPV行业的进入壁垒
  - 1.3.1 规模经济性壁垒
  - 1.3.2 产品差别化壁垒
  - 1.3.3 绝对成本障碍
  - 1.3.4 沉没费用障碍

## 第二章 2011-2013年汽车行业整体概况

- 2.1 2011-2013年国际汽车行业发展概况
  - 2.1.1 国际汽车工业发展变化特征
  - 2.1.2 2011年世界汽车工业发展状况
  - 2.1.3 2012年世界汽车工业发展状况
  - 2.1.4 2013年上半年世界汽车工业发展状况
- 2.2 2011-2013年中国汽车行业发展概况
  - 2.2.1 中国汽车行业发展历程回顾
  - 2.2.2 中国已成国际最大的汽车市场
  - 2.2.3 “十一五”中国汽车工业发展综述
  - 2.2.4 中国汽车产业自主品牌发展分析
- 2.3 2011-2013年中国汽车行业发展分析
  - 2.3.1 2011年中国汽车行业发展分析
  - 2.3.2 2012年中国汽车工业运行状况
  - 2.3.3 2013年上半年中国汽车行业发展分析(ZY XH)
- 2.4 2011-2013年中国汽车业发展存在的问题
  - 2.4.1 中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈
  - 2.4.2 中国汽车市场存在的主要问题
  - 2.4.3 中国汽车产业仍大大而不强
  - 2.4.4 中国汽车行业品牌国际化存在的不足
- 2.5 中国汽车业的发展对策

- 2.5.1 促进汽车消费市场发展的措施建议
- 2.5.2 中国汽车行业品牌国际化的对策建议
- 2.5.3 中国汽车行业可持续发展的措施
- 2.5.4 中国新能源汽车产业化发展建议
- 2.5.5 汽车产业未来发展应遵循的方向

### 第三章 2011-2013年中国MPV市场发展环境分析

#### 3.1 经济环境

- 3.1.1 2011年经济发展状况
- 3.1.2 2012年经济发展状况
- 3.1.3 2013年上半年经济发展状况
- 3.1.4 经济因素的影响分析

#### 3.2 行业环境

- 3.2.1 MPV需求潜力较大
- 3.2.2 换车潮是良好契机
- 3.2.3 油价上涨的影响
- 3.2.4 “低碳”经济的到来

#### 3.3 政策环境

- 3.3.1 汽车产业政策综述
- 3.3.2 大排量MPV受政策抑制
- 3.3.3 中高端MPV迎来政策机遇
- 3.3.4 新能源政策带来影响

### 第四章 2011-2013年中国MPV市场运行状况分析

#### 4.1 2011-2013年中国MPV行业发展综述

- 4.1.1 我国MPV在乘用车市场地位
- 4.1.2 我国主流MPV量价结构
- 4.1.3 我国MPV行业集中度走势
- 4.1.4 我国MPV市场定位简述

#### 4.2 2011年MPV市场分析

- 4.2.1 2011年我国MPV销量概况
- 4.2.2 2011年我国MPV市场走势

- 4.2.3 2011年我国MPV市场份额
- 4.2.4 2011年我国MPV出口概况
- 4.3 2012年MPV市场分析
  - 4.3.1 2012年我国MPV市场综况
  - 4.3.2 2012年我国MPV市场走势
  - 4.3.3 国内首个《MPV安全白皮书》发布
- 4.4 2013年上半年呢MPV市场分析
  - 4.4.1 2013年上半年我国MPV销量分析
  - 4.4.2 2013年上半年我国MPV市场特点
  - 4.4.3 2013年上半年我国MPV市场结构
  - 4.4.4 2013年上半年我国MPV市场动态
- 4.5 中国MPV市场的制约因素及发展战略
  - 4.5.1 商务型MPV限制市场受众
  - 4.5.2 大排量MPV不利于节能
  - 4.5.3 维修成本高于普通轿车
  - 4.5.4 我国MPV市场的深层战略思考

## 第五章 2010-2012年中国MPV细分市场发展分析

- 5.1 2010年我国MPV细分市场分析
  - 5.1.1 按价格和长度细分市场
  - 5.1.2 按排量细分市场
  - 5.1.3 按用途细分市场
  - 5.1.4 按车系细分市场
- 5.2 2011年我国MPV细分市场分析
  - 5.2.1 档次区隔市场整体概述
  - 5.2.2 次高端以上MPV市场分析
  - 5.2.3 中端MPV市场分析
  - 5.2.4 低端MPV市场分析
- 5.3 2012年我国MPV细分市场分析
  - 5.3.1 档次区隔市场整体概述
  - 5.3.2 次高端以上MPV市场分析
  - 5.3.3 中端MPV市场分析

#### 5.3.4 低端MPV市场分析(ZY XH)

### 第六章 2011-2012年中国MPV市场竞争状况分析

#### 6.1 2010年我国MPV市场竞争格局分析

##### 6.1.1 合资商务

##### 6.1.2 合资兼用

##### 6.1.3 自主商务

##### 6.1.4 自主兼用

#### 6.2 2011年我国MPV市场竞争格局分析

##### 6.2.1 自主品牌市场份额减少

##### 6.2.2 德美日系份额上升

##### 6.2.3 国产品牌市场表现

##### 6.2.4 新上市竞争车型

#### 6.3 2010-2012年我国MPV市场销量排行

##### 6.3.1 2010年MPV市场销量排行

##### 6.3.2 2011年MPV市场销量排行

##### 6.3.3 2012年MPV市场销量排行

#### 6.4 2012年我国MPV市场竞争态势

##### 6.4.1 2012年我国MPV市场分外活跃

##### 6.4.2 2012年豪华MPV市场竞争激烈

##### 6.4.3 2012年五菱领跑品牌关注榜

##### 6.4.4 2012年1.6L及以下排量占据六成市场份额

### 第七章 2011-2012年中国MPV市场消费需求及营销分析

#### 7.1 普通消费者调查

##### 7.1.1 普通消费者对MPV认知度有限

##### 7.1.2 MPV并非最理想的家用汽车(ZY XH)

##### 7.1.3 “大空间”是选择MPV的重要因素

##### 7.1.4 MPV更适合家庭的第二辆车

#### 7.2 我国MPV用户群体分析

##### 7.2.1 MPV消费群体需求要点

##### 7.2.2 高端商务MPV用户需求趋势

- 7.2.3 商务兼家用MPV用户需求趋势
- 7.2.4 家用型MPV用户需求趋势
- 7.2.5 商用兼商务型MPV用户需求趋势
- 7.3 MPV营销的三要素
  - 7.3.1 安全性成首要考虑因素
  - 7.3.2 舒适性是致胜武器
  - 7.3.3 超大空间是必备要素
- 7.4 MPV市场营销案例分析
  - 7.4.1 GL8
  - 7.4.2 奥德赛
  - 7.4.3 江淮瑞风
  - 7.4.4 风行菱智
  - 7.4.5 马自达8

## 第八章 2011-2012年相关产业分析

- 8.1 汽车零部件
  - 8.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述
  - 8.1.2 “十一五”中国汽车零部件工业取得巨大成就
  - 8.1.3 “十一五”汽车零部件产业发展的显著特点
  - 8.1.4 2012年中国汽车零部件进出口分析
- 8.2 钢铁产业
  - 8.2.1 2009年中国钢铁行业运行状况
  - 8.2.2 2010年中国钢铁行业运行分析
  - 8.2.3 2011年我国钢铁行业运行分析
  - 8.2.4 2012年我国钢铁行业运行分析
- 8.3 石化产业
  - 8.3.1 2009年我国石化行业运行分析
  - 8.3.2 2010年中国石化行业运行分析
  - 8.3.3 2011年中国石化行业运行分析
  - 8.3.4 2012年中国石化行业运行分析
- 8.4 橡胶行业
  - 8.4.1 2009年中国橡胶市场运行状况

- 8.4.2 2010年我国橡胶行业发展回顾
- 8.4.3 2011年中国橡胶行业运行状况
- 8.4.4 2012年中国橡胶行业运行状况

## 第九章 中国MPV市场发展前景及趋势预测

### 9.1 汽车行业未来发展分析

- 9.1.1 全球汽车产业发展趋势综述
- 9.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期
- 9.1.3 “十二五”新能源汽车产业化进程将加速
- 9.1.4 “十二五”汽车工业发展的战略选择(ZY XH)

### 9.2 MPV市场未来发展预测

- 9.2.1 中国高端MPV市场未来将高速增长
- 9.2.2 小商务MPV市场空间潜力巨大
- 9.2.3 未来兼用型MPV将大有市场

### 图表目录：（部分）

- 图表 2006-2010年国内轿车市场份额变化比较
- 图表 2007-2011年国内轿车市场份额变化比较
- 图表 2008-2010年月度汽车销量变化情况
- 图表 2008-2010年月度汽车销量同比变化情况
- 图表 2009-2010年月度乘用车销量及同比变化情况
- 图表 2009-2010年商用车月度销量及同比变化情况
- 图表 2010年1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况
- 图表 2010年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况
- 图表 2010年国内汽车销售市场占有率
- 图表 2009-2011年月度汽车销量及同比变化情况
- 图表 2009-2011年月度乘用车销量变化情况
- 图表 2009-2011年月度商用车销量变化情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/J68941VXRN.html>