

# 2020-2026年中国乘用车市 场深度调研及投资前景战略分析报告

## 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

《2020-2026年中国乘用车市场深度调研及投资前景战略分析报告》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/V81894VGZP.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

国内车市2003年销量达到百万辆，2010年达到千万辆，受购置税优惠幅度减少的影响，2017年增速明显放慢，2017年增速低至2.4%；18年市场遇冷，今年2月出现第一次同比下滑，7月第二次同比下跌，随后8、9月同比连续下跌，9月跌幅超过两位数，跌幅高达11.9%。由于去年小排量税透支导致去年第四季度基数高，经济不景气，高油价等原因，第四季度同比还将处于下跌趋势，2019年整体车市将处于下跌状态。

2019年乘用车累计销量1690.34万辆同比上升1.0%。轿车累计销量845.99万辆，同比上升1.5%，SUV累计销量721.89万辆，同比上升3.2%，MPV累计销量122.48万辆，同比下跌13.4%。

2019年中国乘用车销量及增长走势 2019年中国新能源汽车销量及增长走势 智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国乘用车市场深度调研及投资前景战略分析报告》共十四章。首先介绍了中国SUV行业市场发展环境、乘用车整体运行态势等，接着分析了中国乘用车行业市场运行的现状，然后介绍了乘用车市场竞争格局。随后，报告对乘用车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国乘用车行业发展趋势与投资预测。您若想对乘用车产业有个系统的了解或者想投资中国乘用车行业，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：

第一部分行业发展现状

第一章中国乘用车行业发展概述

第一节乘用车行业发展情况

第二节最近3-5年中国乘用车行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

### 第三节关联产业发展分析

#### 一、行业关联产业

#### 二、关联行业的分类

## 第二章中国乘用车行业的国际比较分析

### 第一节中国乘用车行业竞争力指标分析

#### 一、规模效应的要素

#### 二、核心竞争力

#### 三、规模优势转化为核心竞争力

### 第二节中国乘用车行业经济指标国际比较分析

### 第三节全球乘用车行业市场需求分析

#### 一、市场规模现状

#### 二、需求结构分析

#### 三、重点需求客户

#### 四、市场前景展望

### 第四节全球乘用车行业市场供给分析

#### 一、市场价格走势

#### 二、重点厂商分布

## 第二部分行业深度透视

## 第三章我国乘用车发展的环境分析

### 第一节2013-2019年中国经济环境分析

#### 一、国民经济运行情况GDP

#### 二、消费价格指数CPI、PPI

#### 三、全国居民收入情况

#### 四、恩格尔系数

#### 五、工业发展形势

#### 六、固定资产投资情况

#### 七、财政收支状况

#### 八、中国汇率调整

#### 九、对外贸易&进出口

### 第二节2013-2019年中国行业社会环境分析

## 一、人口环境分析

## 二、教育环境分析

## 三、文化环境分析

## 四、生态环境分析

## 五、中国城镇化率

## 六、居民的各种消费观念和习惯

### 第三节政策环境分析

#### 一、中国汽车业“十三五”规划

#### 二、汽车产业发展政策

## 第四章应用领域及行业供需分析

### 第一节需求分析

#### 一、乘用车行业需求市场

2010年SUV增速反超轿车，其后直到2019年累计增速一直高于轿车增速。2015年增速开始放缓，2019年增速更是跌破2位数，同比增速低至3%。今年6-9月出现同比四连跌，乘用车市场7-9月同比三连跌，标志着国内汽车市场进入调整期。

2017年MPV同比由正转负，且跌幅高达19%，一是由于自主品牌MPV的大幅下滑导致，部分销量较好车型生命周期老化，五菱宏光、欧诺占整体市场份额的40%，其中五菱宏光占整体市场份额的26%，但自2010年上市以来没换代升级，欧诺自2012年以来同样没进行产品换代更新，竞争力下降；二是自主SUV加快产品的投放抢占了MPV的市场份额，2017年全新自主SUV产品的投放多达40余款，而自主MPV仅投放十余款。2019年随着MPV产品结构的老化，市场SUV新品上市的节奏加快，购置税完全退坡等因素的影响，MPV同比还将呈现较大幅度的下滑。2009-2019年中国汽车细分市场销量对比（单位：万辆）

#### 二、乘用车行业客户结构

#### 三、乘用车行业需求的地区差异

### 第二节供给分析

#### 一、2015年

#### 二、2016年

#### 三、2019年

### 第三节供求平衡分析及未来发展趋势

#### 一、乘用车行业的需求预测

#### 二、乘用车行业的供应预测

### 三、供求平衡分析

### 四、供求平衡预测

#### 第四节市场价格走势分析

##### 一、总体市场价格指数走势

##### 二、变动较大的厂商价格指数

##### 三、细分市场价格指数走势

## 第五章乘用车产业链的分析

### 第一节行业集中度

### 第二节主要环节的增值空间

#### 一、设计

#### 二、原材料

#### 三、零件

#### 四、大会

#### 五、市场营销

#### 六、分销和销售

### 第三节行业进入壁垒和驱动因素

#### 一、进入壁垒

#### 二、行业发展的动因

### 第四节上下游行业影响及趋势分析

#### 一、上游产业

#### 二、下游产业

## 第六章区域市场情况深度研究

### 第一节长三角区域市场情况分析

#### 一、整车制造

#### 二、零部件体系

#### 三、研发实力

#### 四、长三角汽车集群的优势

#### 五、长三角汽车集群的劣势

### 第二节珠三角区域市场情况分析

#### 一、珠三角产业集群基本现状和特点

## 二、珠三角产业集群发展的动因

### 第三节环渤海区域市场情况分析

#### 一、环渤海地区区位优势分析

#### 二、汽车及零部件企业分布

#### 三、汽车业综合实力分析

#### 四、北京汽车集群状况

#### 五、天津汽车集群状况

### 第四节乘用车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

#### 一、华北大区市场分析

#### 二、华中大区市场分析

#### 三、华南大区市场分析

#### 四、华东大区市场分析

#### 五、东北大区市场分析

#### 六、西南大区市场分析

#### 七、西北大区市场分析

### 第五节主要省市集中度及竞争力模式分析

## 第七章2020-2026年需求预测分析

### 第一节乘用车行业领域2020-2026年需求量预测

#### 一、基本型乘用车（轿车）市场

#### 二、轿车市场分析

#### 三、多功能乘用车（MPV）

#### 四、运动型多用途乘用车（SUV）

#### 五、交叉型乘用车

#### 六、我国乘用车的需求量预测

### 第二节2020-2026年乘用车行业领域需求产品（服务）功能预测

#### 一、乘用车行业售后服务消费特点

#### 二、乘用车行业售后服务发展趋势预测

### 第三节2020-2026年乘用车行业领域需求产品（服务）市场格局预测

## 第三部分行业竞争格局

### 第八章乘用车市场竞争格局分析

## 第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

## 第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

## 第三节行业国际竞争力比较

## 第四节乘用车行业竞争格局分析

一、2019年乘用车行业竞争分析

二、2019年国内外乘用车竞争分析

三、2019年中国乘用车市场竞争分析

## 第九章主要生产企业的排名与产业结构分析

### 第一节行业企业排名分析

### 第二节产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

### 第三节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

### 第四节产业结构发展预测

## 第十章前十大领先企业分析

### 第一节上海汽车集团股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位



#### 四、市场拓展战略与手段分析

##### 第二节北汽福田汽车股份有限公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

###### 三、主要市场定位

###### 四、主要优势与主要劣势

###### 五、市场拓展战略与手段分析

##### 第三节奇瑞汽车股份有限公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

###### 三、主要市场定位

###### 四、主要优势与主要劣势

###### 五、市场拓展战略与手段分析

##### 第四节浙江吉利控股集团有限公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

###### 三、主要市场定位

###### 四、主要优势与主要劣势

###### 五、市场拓展战略与手段分析

##### 第五节北京现代汽车有限公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

###### 三、主要市场定位

###### 四、主要优势与主要劣势

##### 第六节长安汽车集团有限责任公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

###### 三、主要市场定位

###### 四、主要优势与主要劣势

##### 第七节东风汽车集团股份有限公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

### 三、主要市场定位

#### 第八节比亚迪股份有限公司

##### 一、主营业务及经营状况

##### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

##### 三、主要市场定位

##### 四、主要优势与主要劣势

##### 五、市场拓展战略与手段分析

#### 第九节中国第一汽车集团公司

##### 一、主营业务及经营状况

##### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

##### 三、主要市场定位

##### 四、主要优势与主要劣势

##### 五、市场拓展战略与手段分析

#### 第十节广州汽车集团股份有限公司

##### 一、主营业务及经营状况

##### 二、历年生产规模、销售规模、利润指标

##### 三、主要市场定位

##### 四、主要优势与主要劣势

##### 五、市场拓展战略与手段分析

### 第四部分行业发展趋势

#### 第十一章2019年中国乘用车行业整体运行指标分析

##### 第一节中国乘用车行业总体规模分析

##### 第二节中国乘用车行业产销分析

##### 一、行业产品情况总体分析

##### 二、行业产品销售收入总体分析

#### 第十二章影响企业生产与经营的关键趋势

##### 第一节市场整合成长趋势

##### 第二节需求变化趋势及新的商业机遇预测

##### 第三节企业市场拓展的趋势

##### 第四节科研开发趋势及替代技术进展

## 第五节影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第六节中国乘用车行业SWOT分析

### 一、优势分析

### 二、劣势分析

### 三、发展机遇

### 四、面临的挑战

## 第五部分投资战略分析

## 第十三章2020-2026年乘用车行业投资价值评估分析

### 第一节产业发展的有利因素与不利因素分析

#### 一、产业发展有利因素

#### 二、产业发展不利因素

### 第二节产业发展的空白点分析

### 第三节投资回报率比较高的投资方向

#### 一、新能源汽车行业

#### 二、汽车零部件市场

#### 三、电动车行业市场

### 第四节新进入者应注意的障碍因素

### 第五节营销分析与营销模式推荐

## 第十四章乘用车行业投资战略研究（）

### 第一节乘用车行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、业务组合战略

#### 三、区域战略规划

#### 四、产业战略规划

#### 五、营销品牌战略

#### 六、竞争战略规划

### 第二节对我国汽车品牌的战略思考

#### 一、汽车品牌的重要性

#### 二、汽车实施品牌战略的意义

#### 三、汽车企业品牌的现状分析

四、我国汽车企业的品牌战略

五、汽车品牌战略管理的策略

第三节乘用车经营策略分析

一、汽车市场细分策略

二、汽车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、汽车新产品差异化战略

第四节乘用车行业投资战略研究

一、2019年乘用车行业投资战略

二、2019年汽车行业投资战略

三、2020-2026年汽车行业投资战略（ ）

图表目录：

图表：视力训练仪行业的生命周期

图表：汽车行业的关联产业

图表：2019年全球主要乘用车市场增速变化

图表：2019年全球乘用车产量占比分析

图表：2019年欧洲乘用车产量分析

图表：2019年美洲地区乘用车产量分析

图表：2019年亚太地区乘用车产量分析

图表：2019年非洲地区乘用车产量分析

图表：全球十大乘用车厂商

图表：2013-2019年国内生产总值及增长速度

图表：2019年消费价格指数

图表：2019年工业品出产价格指数（PPI）

图表：2013-2019年中国居民人均收入实际增长速度

图表：2002-2019年中国居民恩格尔系数

图表：2013-2019年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2013-2019年全社会固定资产投资增速

图表：2013-2019年房地产开发投资累计同比增速

图表：2013-2019年中国对外贸易进出口总额

图表：2019年末人口数及其构成

图表：2013-2019年城镇新增就业人数

图表：2013-2019年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2013-2019年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2013-2019年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2013-2019年中国城镇化水平

图表：2013-2019年我国乘用车需求分析

图表：2013-2019年乘用车需求结构变化

图表：2013-2019年中国乘用车行业需求的地域差异

图表：2019年中国乘用车销量前十

图表：2020-2026年中国乘用车需求量预测

图表：2013-2019年中国乘用车产能分析

图表：2020-2026年中国乘用车产能预测

图表：2013-2019年我国乘用车产量分析

图表：2013-2019年我国乘用车销量分析

图表：2020-2026年中国乘用车产量预测

图表：2020-2026年中国乘用车销量预测

图表：2019年份我国钢铁产量情况

图表：2019年华北地区乘用车保有量分析

图表：2019年华中地区乘用车保有量分析

图表：2019年华南地区乘用车保有量分析

图表：2019年华东地区乘用车保有量分析

图表：2019年东北地区乘用车保有量分析

图表：2019年西南地区乘用车保有量分析

图表：2019年西北地区乘用车保有量分析

图表：2019年我国主要城市汽车保有量

图表：2019年我国主要城市乘用车保有量

图表：2019年我国多功能乘用车（MPV）产量分析

图表：2019年我国多功能乘用车（MPV）销量分析

图表：2020-2026年中国乘用车需求量预测

图表：乘用车养护频次分析

图表：乘用车养护预约使用率

图表：乘用车养护渠道选择分析

图表：乘用车养护4s店认可度分析  
图表：乘用车养护渠道选择的影响因素分析  
图表：乘用车各车型养护费用对比分析  
图表：乘用车各车型养护费用结构分析  
图表：乘用车售后服务的竞争力分析  
图表：乘用车售后服务的竞争策略  
图表：2013-2019年乘用车市场销量结构变化  
图表：2019年我国乘用车市场销售量TOP10企业  
图表：2019年乘用车销售量TOP10企业  
图表：2019年全国乘用车市场总资产区域分布情况  
图表：2019年全国乘用车市场总利润区域分布情况  
图表：2019年全国乘用车市场总销售收入区域分布情况  
图表：2019年全球主要汽车市场乘用车销量同比变化  
图表：2019年乘用车市场前十企业销售量排名  
图表：2019年中国轿车销售量排行榜  
图表：2019年中国SUV销量排行榜  
图表：2019年中国MPV销售排行榜  
图表：2019年乘用车市场销量结构  
图表：汽车产业链利润曲线  
图表：2001-2019年狭义乘用车结构走势  
图表：2019年我国乘用车产量  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/V81894VGZP.html>