

2024-2029年中国乘用车行业发展分析与发展战略研究咨询报告

报告简介

2020年11月全国狭义乘用车零售销量为208.1万辆，同比增长8.0%;其中轿车零售销量100.6万辆，同比增长8.3%;SUV零售销量96.4万辆，同比增长9.3%;MPV零售销量11.2万辆，同比下降4.1%。

累计方面，，2020年1-

11月全国狭义乘用车累计零售销量达到1700.2万辆，累计下降8.3%。其中轿车零售销量818.2万辆，同比下降10.3%;SUV零售销量786.8万辆，同比下降3.7%;MPV零售销量95.2万辆，同比下降23.7%。

从1-11月产销数据走势来看，2020年国内乘用车批发和零售增速预计均在-7%左右。2021年国内车市将承接2020年持续回暖的发展态势，增长势头较强。崔东树预计，2021年国内狭义乘用车批发销量增速为9%，零售增速为7%，车市整体增速为4%。

尽管近些年来我国乘用车出口发展迅速，但由于我国乘用车起步晚，正处于国际化的初级阶段，很多汽车企业仍然停留在直接出口或单纯依靠经销商出口，尚没有制定和实施真正意义上的国际化战略，海外发展经验较少。因此，我国乘用车国际化发展面临很大的压力和挑战。当前，我国乘用车出口存在的问题主要有以下几个方面：出口产品质量竞争指数偏低，质量欠佳;技术和品牌存在劣势;海外营销管理模式单一;恶性低价竞争，出口秩序有待提升;短期内非贸易壁垒难以突破;外贸融资问题限制了出口规模。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国汽车工业协会、全国乘用车市场信息联席会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国乘用车及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势与技术等进行了分析，并重点分析了我国乘用车行业发展状况和特点，以及中国乘用车行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的乘用车行业发展态势作了详细分析，并对乘用车行业进行了趋向研判，是乘用车经营企业，科研，投资机构等单位准确了解目前乘用车业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

【国际乘用车市场增长怎样?主要国家地区发展如何?乘用车PEST模型分析结果如何?经济特性如何?】

第一章 乘用车行业发展综述

第一节 乘用车行业定义及分类

一、乘用车的概念

二、乘用车品种分类

三、乘用车的功能

第二节 乘用车行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 乘用车行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、乘用车产业链的特征
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析
 - 1、钢铁行业发展状况
 - 2、机械行业发展状况
 - 3、橡胶行业发展状况
 - 4、石化行业发展状况
 - 5、电子行业发展状况
- 五、行业下游产业链相关行业分析
 - 1、汽车保险行业发展状况
 - 2、汽车金融行业发展状况
 - 3、汽车销售行业发展状况
 - 4、汽车维修行业发展状况
 - 5、加油站行业发展状况
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二章 乘用车行业市场环境及影响分析 (PEST)

第一节 乘用车行业政治法律环境(P)

- 一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

- 1、《关于加强乘用车企业平均燃料消耗量管理的通知》
- 2、《汽车品牌销售管理实施办法》
- 3、《新建纯电动乘用车生产企业投资项目和生产准入管理的暂行规定》
- 4、《车辆购置税征收管理办法》
- 5、《关于加强和改进机动车检验工作的意见》
- 6、《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》

三、行业相关发展规划

四、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(E)

一、宏观经济形势分析

- 1、国际宏观经济形势分析
- 2、国内宏观经济形势分析
- 3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(S)

一、乘用车产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、乘用车产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(T)

一、乘用车技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、我国乘用车行业新技术研究

二、乘用车技术发展水平

- 1、我国乘用车行业技术水平所处阶段
 - 2、与国外乘用车行业的技术差距
 - 三、2019-2023年乘用车技术发展分析
 - 四、行业主要技术发展趋势
 - 五、技术环境对行业的影响
- 第三章 国际乘用车行业发展分析及经验借鉴
- 第一节 2019-2023年国际汽车行业运行简况
- 一、世界汽车产业整零关系模式分析
 - 二、世界汽车销量情况分析
 - 三、全球汽车销量增长预测
- 第二节 全球乘用车市场总体情况分析
- 一、全球乘用车行业的发展特点
 - 二、2019-2023年全球乘用车市场结构
 - 三、2019-2023年全球乘用车行业发展分析
 - 四、2019-2023年全球乘用车行业竞争格局
 - 五、2019-2023年全球乘用车市场区域分布
 - 六、2019-2023年国际重点乘用车企业运营分析
- 第三节 全球主要国家(地区)市场分析
- 一、英国乘用车行业发展分析
 - 1、英国乘用车行业发展现状
 - 2、英国乘用车行业政策分析
 - 3、英国乘用车行业发展特点
 - 4、英国乘用车行业发展经验借鉴
 - 二、捷克乘用车行业发展分析

- 1、捷克乘用车行业发展现状
- 2、捷克乘用车行业政策分析
- 3、捷克乘用车行业发展特点
- 4、捷克乘用车行业发展经验借鉴

三、日本乘用车行业发展分析

- 1、日本乘用车行业发展现状
- 2、日本乘用车行业政策分析
- 3、日本乘用车行业发展特点
- 4、日本乘用车行业发展经验借鉴

四、美国乘用车行业发展分析

- 1、美国乘用车行业发展现状
- 2、美国乘用车行业政策分析
- 3、美国乘用车行业发展特点
- 4、美国乘用车行业发展经验借鉴

五、德国乘用车行业发展分析

- 1、德国乘用车行业发展现状
- 2、德国乘用车行业政策分析
- 3、德国乘用车行业发展特点
- 4、德国乘用车行业发展经验借鉴

第四章 中国乘用车行业的国际比较分析

第一节 中国乘用车行业的国际比较分析

- 一、中国乘用车行业竞争力指标分析
- 二、中国乘用车行业经济指标国际比较分析
- 三、乘用车行业国际竞争力比较

- 1、生产要素
- 2、需求条件
- 3、支援与相关产业
- 4、企业战略、结构与竞争状态
- 5、政府的作用

第二节 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

第三节 全球乘用车行业市场供给分析

- 一、生产规模现状
- 二、产能规模分布
- 三、市场价格走势
- 四、重点厂商分布

第四节 我国自主品牌乘用车企业技术创新能力的国 比较

- 一、国内外样本企业技术创新能力评价结果
- 二、评价结果分析
 - 1、国内和国外乘用车企业技术创新能力差距分析
 - 2、国内和国外乘用车企业技术创新能力差距来源分析
- 三、国内乘用车企业技术创新能力差异分析
- 四、国内乘用车企业技术创新能力差异来源分析
- 五、政策建议
 - 1、企业层面建议

2、政府层面的建议

第二部分 行业深度分析

【乘用车行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何?乘用车市场规模变化如何】

第五章 我国乘用车行业运行现状分析

第一节 我国乘用车行业发展状况分析

一、我国乘用车行业发展阶段

二、我国乘用车行业发展总体概况

三、我国乘用车行业发展特点分析

四、我国乘用车行业商业模式分析

第二节 2019-2023年乘用车行业发展现状

一、2019-2023年我国乘用车行业市场规模

1、我国乘用车行业营业收入规模

2、我国乘用车行业产能规模分析

3、我国乘用车行业投资规模分析

4、我国乘用车行业上牌数分析

二、2019-2023年我国乘用车行业发展分析

1、我国新能源乘用车发展情况

2、自主车企冲刺百万级规模

3、汽车拥抱互联网升级

4、利好政策密集出台

5、油价下跌对乘用车影响

6、第四阶段乘用车油耗限值发布

7、环保节能车型销售情况

三、2019-2023年中国乘用车企业发展分析

- 1、主要乘用车企业发展动态
- 2、乘用车企业市场集中度分析
- 3、我国乘用车企业经营特点分析

第三节 2019-2023年乘用车市场情况分析

一、2019-2023年中国乘用车市场总体概况

- 1、2019-2023年中国乘用车市场增长分析
- 2、2019-2023年中国上市新车情况
- 3、2019-2023年中国乘用车企业销售排行分析
- 4、2019-2023年中国乘用车各车型销售情况
- 5、2019-2023年中国轿车销售情况

二、2019-2023年中国乘用车产品市场发展分析

- 1、2019-2023年中国乘用车市场销量
- 2、2019-2023年中国乘用车自主品牌销售情况
- 3、2019-2023年中国乘用车分排量销量情况
- 4、2019-2023年乘用车市场销售情况
- 5、2019-2023年乘用车主要品种产销情况

第四节 我国乘用车市场价格走势分析

- 一、乘用车市场定价方法分析
- 二、乘用车市场定价的四大因素
- 三、2019-2023年乘用车产品价格走势分析
- 四、2024-2029年乘用车产品价格走势预测

第六章 我国乘用车行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国乘用车行业总体规模分析

- 一、企业数量规模分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业投资规模分析

第二节 2019-2023年中国乘用车行业产销情况分析

一、我国乘用车行业工业总产值

二、我国乘用车行业工业销售产值

三、我国乘用车行业产销率

第三节 2019-2023年中国乘用车行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四节 中国汽车制造行业经济指标分析

一、不同性质企业经济指标分析

1、国有企业

2、股份制企业

3、私营企业

4、外商和港澳台投资企业

5、其他性质企业

二、不同规模企业经济指标分析

1、大型

2、中型

3、小型

三、不同地区企业经济指标分析

- 1、不同地区销售收入情况分析
- 2、不同地区资产总额情况分析
- 3、不同地区负债情况分析
- 4、不同地区销售利润情况分析
- 5、不同地区利润总额情况分析
- 6、不同地区产成品情况分析
- 7、不同地区亏损总额情况分析

第三部分 市场全景调研

【轿车市场、SUV市场hellip;hellip;各细分市场情况如何?营销渠道扩张模式有哪些?市场供需形势又怎样?】

第七章 2024-2029年我国乘用车市场供需形势分析

第一节 乘用车行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2019-2023年原材料产能情况分析

第二节 我国乘用车市场供需分析

一、2019-2023年我国乘用车行业供给情况

- 1、我国乘用车行业供给分析
- 2、我国乘用车产量分析
- 3、重点企业产能及占有份额

二、2019-2023年我国乘用车行业需求情况

- 1、乘用车行业需求市场
- 2、乘用车行业销售结构

3、乘用车行业需求的地区差异

三、2019-2023年我国乘用车行业供需平衡分析

第三节 乘用车行业进出口市场分析

一、乘用车行业进出口综述

1、中国乘用车进出口的特点分析

2、中国乘用车进出口主要政策分析

3、中国乘用车进出口影响因素分析

二、乘用车行业出口市场分析

1、乘用车行业出口整体情况

2、乘用车行业出口总额分析

3、乘用车行业出口产品结构

4、乘用车海外市场分布情况

5、乘用车行业经营海外市场的主要品牌

三、乘用车行业进口市场分析

1、乘用车行业进口整体情况

2、乘用车行业进口总额分析

3、乘用车行业进口产品结构

4、我国乘用车进口主要国家及地区

5、进口品牌对乘用车行业的促进与影响

四、中国乘用车出口面临的挑战及对策

1、中国乘用车出口面临的挑战

2、中国乘用车行业未来出口展望

3、中国乘用车产品出口对策

4、乘用车行业进出口前景及建议

第八章 乘用车行业产业结构分析

第一节 乘用车产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 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
- 四、领先企业的结构分析(所有制结构)
- 五、乘用车行业市场结构变化趋势

第二节 轿车市场发展分析

- 一、轿车市场发展态势
- 二、轿车产销规模分析
 - 1、轿车产量规模分析
 - 2、轿车分企业产量分析
 - 3、轿车分品牌销量分析
 - 4、轿车销量规模分析
 - 5、轿车分企业销量分析
 - 6、轿车分品牌销量分析
- 三、轿车市场规模分析
 - 1、轿车市场营业收入
 - 2、轿车市场产值规模
- 四、轿车进出口情况分析
- 五、中高级车市场竞争格局
- 六、自主品牌轿车发展策略
- 七、轿车行业发展前景分析

第三节 SUV市场发展分析

- 一、SUV市场发展态势

二、SUV产销规模分析

- 1、SUV产量规模分析
- 2、SUV分企业产量分析
- 3、SUV分品牌销量分析
- 4、SUV销量规模分析
- 5、SUV分企业销量分析
- 6、SUV分品牌销量分析

三、SUV市场规模分析

- 1、SUV市场营业收入
- 2、SUV市场产值规模

四、SUV进出口情况分析

五、自主SUV的品牌竞争格局

六、SUV行业发展前景分析

第四节 MPV市场发展分析

一、MPV市场发展态势

二、MPV产销规模分析

- 1、MPV产量规模分析
- 2、MPV分企业产量分析
- 3、MPV分品牌销量分析
- 4、MPV销量规模分析
- 5、MPV分企业销量分析
- 6、MPV分品牌销量分析

三、MPV市场规模分析

- 1、MPV市场营业收入

2、MPV市场产值规模

四、MPV进出口情况分析

五、MPV市场自主品牌分析

六、MPV市场细分化趋势分析

七、MPV行业发展前景分析

第五节 交叉型乘用车市场发展分析

一、交叉型乘用车市场发展态势

二、交叉型乘用车产销规模分析

1、交叉型乘用车产量规模分析

2、交叉型乘用车分企业产量分析

3、交叉型乘用车分品牌销量分析

4、交叉型乘用车销量规模分析

5、交叉型乘用车分企业销量分析

6、交叉型乘用车分品牌销量分析

三、交叉型乘用车市场规模分析

1、交叉型乘用车市场营业收入

2、交叉型乘用车市场产值规模

四、交叉型乘用车进出口情况分析

五、交叉型乘用车行业发展前景分析

第九章 我国乘用车行业营销渠道扩张分析

第一节 乘用车行业渠道扩张模式分析

一、汽车4S店渠道模式分析

1、汽车4S店渠道模式概念

2、汽车4S店渠道模式发展现状

3、汽车4S店渠道模式经营模式分析

4、汽车4S店渠道模式优劣势分析

二、汽车交易市场渠道模式分析

1、汽车交易市场渠道模式概念

2、汽车交易市场渠道模式发展现状

3、汽车交易市场渠道模式经营模式分析

4、汽车交易市场渠道模式优劣势分析

三、汽车超市渠道模式分析

1、汽车超市渠道模式概念

2、汽车超市渠道模式发展现状

3、汽车超市渠道模式优劣势分析

四、汽车园区渠道模式分析

1、汽车园区渠道模式概念

2、汽车园区渠道模式发展现状

3、汽车园区渠道模式优劣势分析

五、网上销售渠道模式分析

1、汽车网上销售渠道模式现状

2、汽车网上销售渠道模式案例分析

3、汽车网上销售渠道模式优劣势分析

第二节 乘用车行业营销模式分析

一、行业时尚营销模式分析

二、行业文化营销模式分析

三、行业展会营销模式分析

四、行业体育营销模式分析

五、行业网络营销模式分析

六、行业事件营销模式分析

七、行业概念营销模式分析

八、行业体验营销模式分析

第四部分 竞争格局分析

【乘用车市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?区域市场发展情况如何?品牌企业经营情况怎样?】

第十章 乘用车行业区域市场分析

第一节 华北地区乘用车行业分析

一、华北地区乘用车行业发展情况

二、华北地区乘用车行业发展特点

三、华北地区乘用车产销规模分析

1、华北各省市轿车产销规模分析

2、华北各省市SUV产销规模分析

3、华北各省市MPV产销规模分析

4、华北各省市交叉型乘用车产销规模分析

5、华北各省市乘用车产销结构分析

四、华北地区市场规模分析

1、华北地区各省市市场规模分析

2、华北地区总体市场规模分析

五、华北地区乘用车行业发展趋势分析

第二节 东北地区乘用车行业分析

一、东北地区乘用车行业发展情况

二、东北地区乘用车行业发展特点

三、东北地区乘用车产销规模分析

- 1、东北各省市轿车产销规模分析
- 2、东北各省市SUV产销规模分析
- 3、东北各省市MPV产销规模分析
- 4、东北各省市交叉型乘用车产销规模分析
- 5、东北各省市乘用车产销结构分析

四、东北地区市场规模分析

- 1、东北地区各省市市场规模分析
- 2、东北地区总体市场规模分析

五、东北地区乘用车行业发展趋势分析

第三节 华东地区乘用车行业分析

- 一、华东地区乘用车行业发展情况
- 二、华东地区乘用车行业发展特点
- 三、华东地区乘用车产销规模分析
 - 1、华东各省市轿车产销规模分析
 - 2、华东各省市SUV产销规模分析
 - 3、华东各省市MPV产销规模分析
 - 4、华东各省市交叉型乘用车产销规模分析
 - 5、华东各省市乘用车产销结构分析

四、华东地区市场规模分析

- 1、华东地区各省市市场规模分析
- 2、华东地区总体市场规模分析
- 五、华东地区乘用车行业发展趋势分析

第四节 华南地区乘用车行业分析

- 一、华南地区乘用车行业发展情况

二、华南地区乘用车行业发展特点

三、华南地区乘用车产销规模分析

1、华南各省市轿车产销规模分析

2、华南各省市SUV产销规模分析

3、华南各省市MPV产销规模分析

4、华南各省市交叉型乘用车产销规模分析

5、华南各省市乘用车产销结构分析

四、华南地区市场规模分析

1、华南地区各省市市场规模分析

2、华南地区总体市场规模分析

五、华南地区乘用车行业发展趋势分析

第五节 华中地区乘用车行业分析

一、华中地区乘用车行业发展情况

二、华中地区乘用车行业发展特点

三、华中地区乘用车产销规模分析

1、华中各省市轿车产销规模分析

2、华中各省市SUV产销规模分析

3、华中各省市MPV产销规模分析

4、华中各省市交叉型乘用车产销规模分析

5、华中各省市乘用车产销结构分析

四、华中地区市场规模分析

1、华中地区各省市市场规模分析

2、华中地区总体市场规模分析

五、华中地区乘用车行业发展趋势分析

第六节 西部地区乘用车行业分析

一、西部地区乘用车行业发展情况

二、西部地区乘用车行业发展特点

三、西部地区乘用车产销规模分析

1、西部各省市轿车产销规模分析

2、西部各省市SUV产销规模分析

3、西部各省市MPV产销规模分析

4、西部各省市交叉型乘用车产销规模分析

5、西部各省市乘用车产销结构分析

四、西部地区市场规模分析

1、西部地区各省市市场规模分析

2、西部地区总体市场规模分析

五、西部地区乘用车行业发展趋势分析

第十一章 2024-2029年乘用车行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、乘用车行业竞争结构分析

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

二、乘用车行业企业间竞争格局分析

三、乘用车行业集中度分析

四、乘用车行业SWOT分析

第二节 中国乘用车行业竞争格局综述

一、乘用车行业竞争概况

二、中国乘用车行业竞争力分析

三、中国乘用车产品竞争力优势分析

四、乘用车行业主要企业竞争力分析

五、中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析

1、各派系车在中国销售情况分析

2、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较

3、自主品牌和合资品牌汽车差距分析

第三节 2019-2023年乘用车行业竞争格局分析

一、2019-2023年国内外乘用车竞争分析

二、2019-2023年我国乘用车市场竞争分析

三、2019-2023年我国乘用车市场集中度分析

四、2019-2023年国内主要乘用车企业动向

五、2019-2023年国内乘用车企业拟在建项目分析

第四节 中国自主品牌乘用车行业分析

一、成功的自主品牌所需的微车战略

二、中国乘用车自主品牌建设情况

三、自主品牌企业发展战略分析

四、自主品牌发展存在的问题

五、中国汽车业自主品牌的发展坐标

第五节 乘用车行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、2019-2023年主要并购重组案例分析

三、企业升级途径及并购重组风险分析

四、行业并购重组趋势分析

第六节 中国乘用车企业发展战略分析

一、自主品牌车企进军海外策略

1、自主品牌进军海外分析

2、培育市场以带动就业

3、热心公益尽企业责任

二、国内自主品牌车企进军高端市场战略

1、自主品牌车企进军高端市场战略分析

2、自主品牌车企进军高端市场问题探讨

3、六大国有车企自主品牌战略分析

三、自主品牌新技术突围策略分析

1、自主品牌押宝新能源

2、传统动力实现突破

3、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌

第十二章 2024-2029年乘用车行业领先企业经营形势分析

第一节 中国乘用车企业总体发展状况分析

一、乘用车企业主要类型

二、乘用车行业企业排名分析

第二节 中国领先乘用车企业经营形势分析

一、中国第一汽车集团公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业产业布局分析
- 6、企业研究开发分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

二、上海汽车集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业人才战略分析
- 6、企业经营模式分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

三、北京汽车股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业研发体系分析
- 6、企业发展规划分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

四、中国长安汽车集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业生产基地分析
- 6、企业研发实力分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

五、东风汽车公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业营销策略分析
- 6、企业科技创新分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

六、长城汽车股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业运营体系分析

6、企业研发创新分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

七、广州汽车集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业产销规模分析

5、企业品牌建设分析

6、企业研发体系分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

八、奇瑞汽车股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业产销规模分析

5、企业海外发展分析

6、企业技术体系分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

九、比亚迪股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业产业实力分析
- 6、企业技术研发分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

十、浙江吉利控股集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业研发能力分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

十一、华晨汽车集团控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业主要业绩分析
- 6、企业研发模式分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

十二、安徽江淮汽车股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业对外合作分析
- 6、企业产品研发分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

十三、力帆实业(集团)股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业投资项目分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

十四、众泰控股集团

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业主要基地分析

6、企业研发能力分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

十五、海马汽车集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业产销规模分析

5、企业产业基地分析

6、企业人员结构分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

十六、福建省汽车工业集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业产销规模分析

5、企业发展定位分析

6、企业产业集群分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

十七、青年汽车集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业相关合作分析
- 6、企业收购情况分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

十八、江铃汽车股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业营销体系分析
- 6、企业技术中心分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

十九、河北中兴汽车制造有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业产业布局分析
- 6、企业研发能力分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

二十、华泰汽车集团

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营结构分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业产销规模分析
- 5、企业市场分布分析
- 6、企业先进技术分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

第三节 中国领先乘用车销售企业经营形势分析

一、联拓集团

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售规模分析
- 5、企业行业地位分析
- 6、企业代销品牌分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

二、中国正通汽车服务控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售规模分析

- 5、企业营销网络分析
- 6、企业代销品牌分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

三、浙江物产元通汽车集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业主要业绩分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业代销品牌分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

四、芜湖亚夏汽车股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售规模分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业经营方针分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

五、利丰汽车集团有限公司

- 1、企业发展概况分析

- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售规模分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业资产实力分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

六、广州汽车集团商贸有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售规模分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业发展历程分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

七、庞大汽贸集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业销售规模分析
- 5、企业营销网络分析
- 6、企业经营模式分析
- 7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

八、中升集团控股有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售规模分析

5、企业经销网络分析

6、企业代销品牌分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

九、上海宝钢住商汽车贸易有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售规模分析

5、企业经营模式分析

6、企业代销品牌分析

7、企业经营优势分析

8、企业发展战略分析

十、广物汽贸股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售规模分析

- 5、企业销售网络分析
- 6、企业行业地位分析
- 7、企业经营优势分析
- 8、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

【未来乘用车行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资价值怎样?投资机会在哪里?】

第十三章 2024-2029年乘用车行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年乘用车市场发展前景

- 一、2024-2029年乘用车市场发展潜力
- 二、2024-2029年乘用车市场发展前景展望
- 三、2024-2029年乘用车市场发展方向
- 四、2024-2029年乘用车细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年乘用车市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年乘用车行业发展趋势
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
- 二、2024-2029年乘用车市场规模预测
 - 1、乘用车行业市场容量预测
 - 2、乘用车行业销售收入预测
 - 3、中国乘用车售后市场规模预测
- 三、2024-2029年乘用车渠道网络发展趋势
 - 1、渠道服务功能将日益凸显
 - 2、网点布局均衡化
 - 3、终端形态多样化

四、2024-2029年中国乘用车产品发展趋势分析

第三节 2024-2029年中国乘用车行业供需预测

一、2024-2029年中国乘用车行业供给预测

二、2024-2029年中国乘用车行业产量预测

三、2024-2029年中国乘用车市场销量预测

四、2024-2029年中国乘用车行业需求预测

五、2024-2029年中国乘用车行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2024-2029年乘用车行业投资机会与风险防范

第一节 中国乘用车市场新进入者分析

一、中国乘用车市场新进入者市场表现分析

1、商用车企业进军轿车市场

2、国外乘用车企

3、非汽车行业的企业

二、中国乘用车市场新进入者发展存在的障碍

1、乘用车市场的进入门槛提高了

2、外资全面渗透且竞争日趋激烈

3、当前的市场环境对新进入者尤其不利

4、乘用车市场新进入者的障碍

5、选择的空间变小

三、未来乘用车市场新进入者进入机会

1、未来中国乘用车市场的进入机会

2、从乘用车市场的趋势看新进入者的机会

第二节 乘用车行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、乘用车行业投资现状分析

第三节 2024-2029年乘用车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、乘用车行业投资机遇

第四节 2024-2029年乘用车行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、其他风险及防范

第五节 中国乘用车行业投资策略解析

一、乘用车市场新进入者的成功战略

1、拿出强有力的产品

2、建立中国特色的营销和渠道

3、提高产品和服务的质量

二、乘用车市场的新进入者的投资突破口

1、要有成功的产品

2、提高自主品牌的品牌溢价能力

3、加强品质管理

4、营销网络的搭建

三、乘用车市场的新进入者的发展战略

1、品牌定位策略

2、市场战术

3、产品战略

第六部分 发展战略研究

【乘用车行业面临哪些问题及瓶颈?有哪些解决对策?未来的投资战略和发展战略如何制定?】

第十五章 2024-2029年乘用车行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年乘用车行业面临的困境

一、研发经费投入不足

二、专业人才短缺

三、限购、限行城市增多

第二节 乘用车企业面临的困境及对策

一、重点乘用车企业面临的困境及对策

二、中小乘用车企业发展困境及策略分析

三、国内乘用车企业的出路分析

第三节 中国乘用车行业存在的问题及对策

一、中国乘用车行业存在的问题

二、乘用车行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 中国乘用车市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国乘用车市场发展面临的挑战
- 二、中国乘用车市场发展对策分析

第十六章 乘用车行业发展战略研究

第一节 乘用车行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国乘用车品牌的战略思考

- 一、乘用车品牌的重要性
- 二、乘用车实施品牌战略的意义
- 三、乘用车企业品牌的现状分析
- 四、我国乘用车企业的品牌战略
- 五、乘用车品牌战略管理的策略

第三节 乘用车经营策略分析

一、乘用车市场细分策略

二、乘用车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、乘用车新产品差异化战略

第四节 乘用车行业投资战略研究

一、2019-2023年乘用车行业投资战略

二、2024-2029年乘用车行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第五节 研究结论及发展建议

一、乘用车行业研究结论及建议

二、乘用车子行业研究结论及建议

三、中道泰和乘用车行业发展建议

图表目录

图表：2019-2023年狭义乘用车生产商销量排行榜

图表：2019-2023年广义乘用车生产商销量排行榜

图表：2019-2023年中国乘用车各车型销售情况

图表：2019-2023年中国轿车各车型销售情况

图表：2019-2023年乘用车产销量

图表：2019-2023年乘用车产销走势图

图表：2019-2023年乘用车分系列市场份额情况

图表：2019-2023年乘用车整体市场情况

图表：2019-2023年乘用车分系列市场份额变化情况

图表：2019-2023年乘用车分车型销售情况

图表：2019-2023年基本型乘用车(轿车)销售走势图

- 图表：2019-2023年乘用车销量情况表
- 图表：2019-2023年乘用车主要品种销量情况表
- 图表：2019-2023年全国乘用车上牌数分析
- 图表：2019-2023年北京基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年天津基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年黑龙江基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年吉林基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年辽宁基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年山东基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年浙江基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年广东基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2019-2023年福建基本型乘用车(轿车)产量
- 图表：2024-2029年中国乘用车行业市场容量预测
- 图表：2024-2029年中国乘用车行业销售收入预测
- 图表：2024-2029年中国乘用车售后市场规模预测
- 图表：2024-2029年中国轿车行业产量预测
- 图表：2024-2029年中国SUV行业产量预测
- 图表：2024-2029年中国MPV行业产量预测
- 图表：2024-2029年中国交叉型乘用车行业产量预测
- 图表：2024-2029年中国乘用车行业供给预测
- 图表：2024-2029年中国乘用车行业产量预测
- 图表：2024-2029年中国乘用车市场销量预测
- 图表：2024-2029年中国乘用车行业需求预测
- 图表：2024-2029年中国乘用车行业供需平衡预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170214/39061.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)