

2024-2029年中国乘用车行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

伴随着国民经济的提高、新能源技术发展、国内品牌的宣导和消费者弱化品牌意识等，对于整个乘用车市场会有正向的刺激作用，近年来，随着互联网、人工智能、电动化等新技术的兴起，汽车工业进入了快速变革时期，新一轮科技革命推动着传统汽车工业的转型升级，传统汽车制造的价值链面临格局重塑，智能网联汽车、新能源汽车正逐步成为未来汽车的全新定义。而发展智能网联汽车已成为世界共识，各个国家也相继健全了相关法律法规。关于促进自主品牌汽车又好又快发展，车企的重组与合并很重要，资源的共享有利于提高企业的综合竞争力。所以合并是一个双赢，这个战略不仅是在国际汽车市场获得了成功的经验，我觉得国内也是成功的经验。截至目前为止，我国大部分企业还是亏损之后卖资质或者停产，合并企业较少，未来合并重组是国际和国内汽车行业的大趋势。

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，对中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、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国海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，是乘用车制造，销售企业，科研，投资机构等单位准确了解目前乘用车行业发展动态，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

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、中国乘用车行业新技术研究
- ### 二、乘用车技术发展水平
- 1、中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、乘用车技术发展动态
- ### 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

第二部分 行业深度分析

第四章 中国乘用车行业运行现状分析

第一节 中国乘用车行业发展状况分析

- 一、中国乘用车行业发展阶段
- 二、中国乘用车行业发展总体概况
- 三、中国乘用车行业发展特点分析
- 四、中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年中国乘用车行业市场规模

- 1、中国乘用车保有量分析
 - 2、中国乘用车产销量分析
 - 3、中国乘用车行业上牌数分析
- 二、2019-2023年中国乘用车行业发展分析

- 1、中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、中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 中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

第三部分 市场全景调研

第五章 2024-2029年中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 中国乘用车市场供需分析

- 一、2019-2023年中国乘用车行业供给情况
 - 1、中国乘用车行业供给分析
 - 2、中国乘用车产量分析
 - 3、重点企业产能及占有份额
- 二、2019-2023年中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年中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、中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

第六章 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

第七章 中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

第八章 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swot分析

1、乘用车行业优势分析

2、乘用车行业劣势分析

3、乘用车行业机会分析

4、乘用车行业威胁分析

第二节 乘用车行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 乘用车行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 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、培育市场并带动就业

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

第九章 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、上汽通用汽车有限公司

- 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

第五部分 发展前景展望

第十章 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年中国乘用车企业数量预测

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

第十一章 2024-2029年乘用车行业投资机会与风险防范

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第十二章 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 对中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、中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、乘用车企业投资战略

二、2024-2029年乘用车企业投资战略

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年乘用车产销量

图表：2019-2023年中国轿车产销量

图表：2019-2023年中国suv产销量

图表：2019-2023年中国mpv产销量

图表：2019-2023年乘用车销量前十品牌排名

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年中国品牌乘用车销量分析

图表：2019-2023年中国品牌乘用车市场份额

图表：2019-2023年中国新能源乘用车产销量

图表：2019-2023年中国新能源乘用车品牌格局

图表：2019-2023年乘用车主要品种销量情况表

图表：2019-2023年中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/sc/20191204/149503.shtml>

在线订购：[点击这里](#)