

中国乘用车行业市场发展分析及竞争格局与投资研究报告(2024-2029版)

报告简介

近年来，我国政府把汽车强国上升到了国家战略，推出了一系列在政策，支持我国汽车工业的发展。在政策的支持下，我国汽车行业国产化进程加快，核心竞争力不断提升。吉利、长城、长安和比亚迪等自主品牌通过近年来的积累，在乘用车市场表现抢眼。自主品牌乘用车也越来越受到消费者的认可，自主品牌乘用车市场份额也逐年提升。

根据中国汽车工业协会数据显示，2020年中国乘用车产量为1999.4万辆，同比下降6.4%;2021年中国乘用车产量为2140.8万辆，同比上升7.07%。2021年中国乘用车产量上升是自2018年以来中国乘用车产量首次正向增长。

尽管近些年来中国乘用车出口发展迅速，但由于中国乘用车起步晚，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，中国乘用车国际化发展面临很大的压力和挑战。当前，中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、国家农业农村部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、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、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析。并重点分析了中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，是乘用车生产、经营企业，服务、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

第一章 乘用车行业发展概述

第一节 乘用车行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

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

第二章 中国乘用车行业宏观环境分析 (pest)

第一节 中国乘用车行业政策(policy)环境分析

一、乘用车行业监管体系及机构介绍

二、乘用车行业标准体系建设现状

三、乘用车行业发展相关政策规划汇总及解读

四、乘用车行业相关"十四五"规划解读

五、"碳中和、碳达峰"愿景对乘用车行业的影响分析

六、政策环境对乘用车行业发展的影响分析

第二节 中国乘用车行业经济(economy)环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济发展展望

第三节 中国乘用车行业社会(society)环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第四节 中国乘用车行业技术(technology)环境分析

第三章 中国乘用车行业发展现状

第一节 中国乘用车行业发展分析

一、中国乘用车行业发展历程

二、我国乘用车行业发展特点分析

三、中国乘用车行业发展面临问题

四、中国乘用车行业发展趋势分析

第二节 中国乘用车行业运行分析

一、乘用车行业运行规模分析

二、乘用车行业运营状况分析

第三节 中国乘用车行业竞争分析

一、乘用车细分市场之间的竞争

二、各类乘用车内部竞争

第四章 中国乘用车行业市场发展分析及预测

第一节 2019-2023年中国乘用车行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

三、2019-2023年中国乘用车价格分析

第二节 对中国乘用车市场的分析及思考

一、乘用车市场分析

二、乘用车市场变化的方向

三、中国乘用车产业发展的新思路

第三节 2024-2029年乘用车行业市场发展预测

一、2024-2029年乘用车行业市场竞争研判

二、2024-2029年乘用车行业市场发展趋势

第五章 2022年中国乘用车行业营销渠道分析

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

二、汽车交易市场渠道模式分析

三、汽车超市渠道模式分析

四、汽车园区渠道模式分析

五、网上销售渠道模式分析

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

第六章 乘用车行业主要品牌分析

第一节 乘用车行业品牌构成

第二节 中国品牌厂商市场销量对比分析

第三节 品牌满意度分析

第七章 乘用车行业上、下游产业链分析

第一节 乘用车行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 乘用车上游行业分析

一、乘用车成本构成

二、2019-2023年上游行业发展现状

三、2024-2029年上游行业发展趋势

四、上游行业对乘用车行业的影响

第三节 乘用车下游行业分析

一、乘用车下游行业分布

二、2019-2023年下游行业发展现状

三、2024-2029年下游行业发展趋势

第八章 乘用车行业区域市场调研

第一节 华北地区乘用车市场调研

一、华北地区乘用车市场规模分析

二、华北地区乘用车市场现状分析

三、华北地区乘用车市场趋势预测分析

第二节 东北地区乘用车市场调研

一、东北地区乘用车市场规模分析

二、东北地区乘用车市场现状分析

三、东北地区乘用车市场趋势预测分析

第三节 华东地区乘用车市场调研

一、华东地区乘用车市场规模分析

二、华东地区乘用车市场现状分析

三、华东地区乘用车市场趋势预测分析

第四节 华中地区乘用车市场调研

一、华中地区乘用车市场规模分析

二、华中地区乘用车市场现状分析

三、华中地区乘用车市场趋势预测分析

第五节 华南地区乘用车市场调研

一、华南地区乘用车市场规模分析

二、华中地区乘用车市场现状分析

三、华南地区乘用车市场趋势预测分析

第六节 西部地区乘用车市场调研

一、西部地区乘用车市场规模分析

二、西部地区乘用车市场现状分析

三、西部地区乘用车市场趋势预测分析

第九章 乘用车重点企业分析

第一节 中国一汽解放集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 上海汽车集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 北京汽车股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 小鹏汽车有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第五节 赛力斯集团股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第六节 长城汽车股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第七节 广州汽车集团股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第八节 重庆长安汽车股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第九节 比亚迪股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第十节 浙江吉利控股集团有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第十章 中国乘用车行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国乘用车行业投资、兼并与重组状况

- 一、中国乘用车行业投资现状分析
- 二、中国乘用车行业兼并与重组状况
- 三、行业并购重组趋势分析

第二节 中国乘用车行业波特五力模型分析

- 一、乘用车行业现有竞争者之间的竞争状况
- 二、乘用车行业关键要素的供应商议价能力分析
- 三、乘用车行业消费者议价能力分析
- 四、乘用车行业潜在进入者分析
- 五、乘用车行业替代品风险分析
- 六、乘用车行业竞争情况总结

第三节 中国乘用车行业市场格局及集中度分析

- 一、中国乘用车行业市场竞争格局

二、中国乘用车行业市场集中度分析

第四节 中国乘用车企业发展状况分析

一、我国乘用车行业竞争力剖析

二、我国乘用车企业市场竞争的优势

三、民企与外企比较分析

四、乘用车行业主要企业竞争力分析

第五节 乘用车行业竞争趋势分析

一、乘用车行业未来竞争格局和特点

二、国内乘用车企业竞争能力提升途径

第十一章 中国乘用车市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国乘用车行业经营效益分析

一、中国乘用车行业营收状况

二、中国乘用车行业利润水平

第二节 中国乘用车行业商业模式分析

第三节 中国乘用车行业市场痛点分析

第四节 中国乘用车产业结构优化与转型升级发展路径

一、智能制造

二、新能源汽车

三、科技互联网

四、国际化

五、智能汽车

第十二章 中国乘用车行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2024-2029年乘用车行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2024-2029年乘用车行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国乘用车行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

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、经济波动风险及防范

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国乘用车行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国乘用车产业链布局诊断

第二节 中国乘用车行业swot分析

一、乘用车行业优势分析

二、乘用车行业劣势分析

三、乘用车行业机会分析

四、乘用车行业威胁分析

第三节 中国乘用车行业发展前景预测

第四节 中国乘用车行业发展趋势预判

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

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 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、重点客户管理功能

图表目录

图表：乘用车行业生命周期

图表：乘用车行业产业链结构

图表：2022年全球乘用车行业市场规模

图表：2022年中国乘用车行业市场规模

图表：2022年中国乘用车市场占全球份额比较

图表：2022年乘用车行业集中度

图表：2022年乘用车市场价格走势

图表：2022年乘用车行业重要数据指标比较

图表：2024-2029年乘用车行业市场规模预测

图表：2024-2029年乘用车行业竞争格局预测

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/baogao/20221130/308638.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)