

中国乘用车行业市场发展现状及发展潜力与投资机会研究报告(2026-2031版)

报告简介

随着经济的发展，越来越多的人开始将汽车列入家庭消费的重要部分，乘用车不再仅仅被视作交通工具，也成为人们展示个人品味和生活品质的重要象征。因此，在购车时，消费者更加注重乘用车的外观设计、驾驶体验、智能科技配置等方面的品质和差异化。

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。

相比2023年受到车购税优惠退出和新能源补贴退出的双重影响，2024年汽车市场没有大的政策变动，因此将延续较好走势。

根据预测，2024年车市将更高更强，乘用车总体零售2220万台，较2023年增长3%。新能源市场将继续保持较强增长势头，预计批发销量达到1100万辆，净增量230万辆，同比增长22%，渗透率达到40%。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中

心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内乘用车行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国乘用车行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国乘用车行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是乘用车行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

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

八、行业及其主要子行业成熟度分析

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

1、乘用车行业主管部门

2、乘用车行业自律组织

二、乘用车行业标准体系建设现状

1、乘用车标准体系建设

2、乘用车现行标准汇总

3、乘用车即将实施标准

4、乘用车重点标准解读

三、乘用车行业发展相关政策规划汇总及解读

1、乘用车行业发展相关政策汇总

2、乘用车行业发展相关规划汇总

四、乘用车行业相关“十四五”规划解读

1、规划内容(乘用车主要内容)

2、对乘用车影响分析

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

三、中国乘用车行业发展与宏观经济相关性分析

第三节 中国乘用车行业社会(society)环境分析

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、区域竞争情况分析
- 二、行业竞争梯队分析

第四章 中国乘用车行业市场发展分析及预测

第一节 2021-2026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

第二节 2021-2026年中国乘用车价格走势及影响因素分析

- 一、2026-2031年乘用车未来价格走势预测
- 二、乘用车市场价格区域性影响因素分析

第三节 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

四、对中国乘用车产业发展的思考

第四节 2026-2031年乘用车行业市场发展预测

一、2026-2031年乘用车行业市场竞争研判

二、2026-2031年乘用车行业市场发展趋势

第五章 2021-2026年中国乘用车行业营销渠道分析

第一节 乘用车销售渠道分类及对比

一、乘用车行业销售渠道分类

二、乘用车行业渠道优劣对比

三、2021-2026年乘用车营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对乘用车行业的影响

第三节 主要乘用车企业渠道策略研究

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 主要品牌区域市场占有率分析

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、2021-2026年上游行业发展现状

三、2026-2031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、2021-2026年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对乘用车行业的影响

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竞争现状分析

三、华北地区乘用车市场需求特征分析

四、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竞争现状分析

三、东北地区乘用车市场需求特征分析

四、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竞争现状分析

三、华东地区乘用车市场需求特征分析

四、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竞争现状分析

三、华中地区乘用车市场需求特征分析

四、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竞争现状分析

三、华南地区乘用车市场需求特征分析

四、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竞争现状分析

三、西部地区乘用车市场需求特征分析

四、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 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

第二节 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

第三节 广汽集团

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 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

第五节 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

第六节 北汽蓝谷新能源科技股份有限公司

- 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 重庆小康工业集团股份有限公司

- 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 中国第一汽车集团有限公司

- 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

第九节 众泰汽车股份有限公司

- 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

第十节 安徽江淮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

1、中国乘用车行业投资主体分析

2、中国乘用车行业投资切入方式

3、中国乘用车行业投资规模分析

4、中国乘用车行业成功投资案例

二、中国乘用车行业兼并与重组状况

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、乘用车企业主要类型

二、乘用车企业资本运作分析

三、乘用车企业国际竞争力分析

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

二、中国乘用车行业成本管控

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

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 2026-2031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 2026-2031年乘用车行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展方向分析

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、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

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

第三节 中国乘用车行业发展潜力评估

第四节 中国乘用车行业发展前景预测

第五节 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、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：2021-2026年中国乘用车资产规模分析

图表：2021-2026年中国乘用车行业供给情况

图表：2021-2026年中国乘用车行业市场规模

图表：2021-2026年中国乘用车行业负债规模分析

图表：2021-2026年中国乘用车行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国乘用车行业市场产品价格趋势预测

图表：2021-2026年中国乘用车行业利润规模及增长速度

图表：2021-2026年中国乘用车行业销售收入

图表：2021-2026年中国乘用车行业销售利润率

图表：2021-2026年中国乘用车行业总资产利润率

图表：2021-2026年中国乘用车行业净资产利润率

图表：2021-2026年中国乘用车行业总资产增长率

图表：2021-2026年中国乘用车行业净资产增长率

图表：2021-2026年中国乘用车行业资产负债率

图表：2021-2026年中国乘用车行业速动比率

图表：2021-2026年中国乘用车行业流动比率

图表：2021-2026年中国乘用车行业总资产周转率

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

报告编号：494355

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20240227/494355.shtml>

在线订购：[点击这里](#)