

2026-2031年国内乘用车行业发展趋势及发展策略研究报告

报告简介

乘用车是指设计和技术特性上主要用于载运乘客及其随身行李或临时物品的汽车，包括驾驶员座位在内最多不超过九个座位，是汽车产业的支柱性细分市场与居民消费升级的核心载体。其产业范畴涵盖轿车、SUV、MPV等传统动力车型，以及纯电动、插电式混合动力、增程式等新能源车型，涉及整车设计、动力总成、底盘系统、电子电气、车身内外饰等全链条制造环节，并延伸至智能驾驶、智能座舱、车联网等新兴技术领域，具有资本技术双密集、产业链长、带动效应强、消费属性与制造属性并重的显著特征。作为国民经济战略性支柱产业与居民出行方式变革的核心场景，乘用车产业不仅直接贡献产值、税收与就业，更是技术创新应用、能源结构转型、消费升级趋势的重要风向标，其产业属性兼具大宗消费品的周期波动性与技术变革期的颠覆创新性的双重特质。

当前，中国乘用车行业正处于新能源转型深化与智能化竞争加剧的关键转折期。在市场格局层面，新能源汽车渗透率突破临界点，自主品牌凭借电动化先发优势与智能化快速迭代实现市场份额历史性反超，合资品牌电动化转型滞后面临份额失守压力，行业竞争从“合资自主之争”转向“新旧势力之争”与“自主内部之争”。在技术路线层面，纯电动为主、插混/增程并行的多元化技术路线确立，高压快充、固态电池、轮毂电机等技术储备加速；智能驾驶从L2级辅助驾驶向L2+、L3级高阶智驾演进，城市NOA、端到端大模型、无图方案成为技术竞争焦点，但规模化商业运营与法规准入仍待突破。在产业组织层面，垂直整合与跨界融合并行，头部车企自研电池、电机、电控、芯片等核心零部件，科技巨头与整车企业战略合作深化，汽车从交通工具向“第三生活空间”与智能移动终端属性加速演变。未来，乘用车行业将呈现电动化普及与智能化决胜的深刻变革。在技术演进方向，新能源汽车从“政策驱动”向“市场驱动”全面转型，续航里程与补能焦虑逐步缓解，电池成本持续下降推动油电同价甚至电价优势；智能驾驶成为核心购买决策因素，高阶智驾功能从高端车型向主流价格带渗透，车路云一体化与单车智能协同探索中国方案；智能座舱向多模态交互、情感计算、场景化服务升级，汽车成为AI大模型落地的重要终端。在产品创新方向，车型形态从传统三厢/SUV/MPV分类向跨界融合演变，皮卡、越野、旅行车等个性化品类增

长;个性化定制与柔性生产能力提升,满足Z世代消费者情感表达与差异化需求。在商业模式方向,软件订阅、功能升级、数据服务等新型盈利模式从探索走向验证,车企向出行服务运营商转型;二手车市场规范化与再制造体系完善,全生命周期价值管理增强。在产业生态方向,供应链从全球化向区域化、本土化调整,海外产能布局与本地化运营深化;汽车与能源、交通、城市基础设施的协同增强,V2G车网互动、光储充一体化、智慧停车等生态融合创新。在全球化方向,从产品出口向品牌出海、技术输出、标准引领升级,参与国际竞争规则制定。

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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及乘用车行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国乘用车行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析,重点分析了国内外乘用车行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力,以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了乘用车行业的整体发展动态,对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于乘用车产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值,对于研究我国乘用车行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 乘用车行业基本概况

第一节 乘用车行业概念界定及特征

一、乘用车行业定义及研究范围

二、乘用车行业发展特征

第二节 行业分类

一、行业分类方法

二、行业分类情况

第三节 行业发展特征

一、行业生命周期

二、行业产业链完备性

三、行业进入/退出壁垒

四、行业相关技术成熟度分析

第二章 2025年全球乘用车行业发展概述

第一节 全球乘用车行业市场规模

一、2023-2025年全球乘用车行业市场规模及其变化趋势

二、2026-2031年全球乘用车行业市场规模预测

第二节 全球乘用车行业供给情况分析

一、全球乘用车行业产能分布情况

二、全球乘用车行业典型供给企业分析

1、企业一

2、企业二

3、企业三

第三节 全球乘用车行业需求分析

一、全球乘用车行业需求规模

二、全球乘用车行业需求格局

三、全球乘用车行业需求趋势

四、2026-2031年全球乘用车行业需求规模预测

第四节 全球乘用车行业发展成功经验借鉴及失败教训吸取

一、全球乘用车行业发展成功经验借鉴

二、全球乘用车行业发展失败教训吸取

第三章 2025年中国乘用车行业发展环境分析

第一节 乘用车行业发展政策环境

一、乘用车行业发展规划类政策及其解读

二、乘用车行业发展监管类政策及其解读

三、乘用车行业发展标准类政策及其解读

第二节 乘用车行业发展经济环境

一、国内宏观经济发展情况

二、国内固定资产投资情况

三、国内商品贸易情况

四、国内投融资规模情况

第三节 乘用车行业发展社会环境

一、国内人口情况分析

二、国内人均收入及支出情况分析

三、国内人才储备情况

四、国内科研经费支出情况

第四节 乘用车行业技术环境

一、乘用车行业技术专利申请情况

二、乘用车行业主要技术分析

三、技术对乘用车行业发展的作用机制分析

四、乘用车行业技术发展趋势分析

第四章 2023-2025年中国乘用车行业市场分析

第一节 2023-2025年国内乘用车行业市场规模

- 一、2023-2025年国内乘用车行业市场规模及其变化趋势
- 二、2023-2025年国内乘用车行业市场规模变化影响因素
- 三、2026-2031年乘用车行业市场规模及增速预测

第二节 国内乘用车行业市场供给情况分析

- 一、国内乘用车行业供给企业数量
- 二、国内乘用车行业供给企业区域分布情况
- 三、国内乘用车行业从业人员数量
- 四、国内乘用车行业供给规模
- 五、国内乘用车行业产能规划情况

第三节 国内乘用车行业市场需求情况分析

- 一、乘用车行业需求规模
- 二、国内乘用车行业需求结构
- 三、国内乘用车行业需求趋势
- 四、国内乘用车行业需求潜力预测

第五章 国内乘用车行业竞争格局及竞争策略

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、区域集中度分析

第三节 国内乘用车行业竞争梯队

一、第一梯队

二、第二梯队

三、第三梯队

第四节 国内乘用车行业竞争策略

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、促销策略

第六章 国内乘用车行业人才策略分析

第一节 人才招聘策略

一、基层人才招聘策略

二、中层人才招聘策略

三、高级人才招聘策略

第二节 人才培养策略

一、内部培养策略

二、外部委托培养策略

第三节 人才激励策略

一、岗位晋升激励策略

二、股权激励策略

三、期权激励策略

第七章 乘用车行业国际化发展策略

第一节 乘用车行业国际化发展基础

一、乘用车行业出口情况

二、乘用车对外依存度

三、乘用车行业oem情况分析

第二节 乘用车行业国际化发展策略

一、参与国际标准的制定

二、提升行业全球竞争力

三、实施“走出去”战略

第八章 乘用车行业企业竞争策略分析

第一节 乘用车市场竞争策略分析

一、2026年乘用车市场增长潜力分析

二、现有乘用车行业竞争策略分析

第二节 乘用车企业竞争策略分析

一、全球热点对乘用车行业企业竞争力的影响

二、国内热点对乘用车行业企业竞争力的影响

三、2026-2031年国内乘用车行业企业竞争策略

第九章 2025年中国乘用车行业重点企业分析

第一节 比亚迪股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第二节 上海汽车集团股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第三节 中国第一汽车集团有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第四节 浙江吉利控股集团有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第五节 奇瑞控股集团有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第六节 重庆长安汽车股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第七节 长城汽车股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第八节 东风汽车集团有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第九节 广汽集团股份有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第十节 北京汽车集团有限公司

一、企业概述

二、企业产品/服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业整体经营情况分析

五、企业发展经验借鉴

第十章 2026-2031年中国乘用车行业发展与投资风险分析

第一节 乘用车行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节 产业链上下游及各关联产业风险

第三节 乘用车行业政策风险

第四节 乘用车行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第十一章 2026-2031年中国乘用车行业发展前景及投资机会分析

第一节 乘用车行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 乘用车行业投资机会

一、区域市场投资机会

二、产业链投资机会

第十二章 乘用车行业投资机会与风险

第一节 行业投资收益率比较及分析

一、2025年相关产业投资收益率比较

二、2023-2025年行业投资收益率分析

第二节 乘用车行业投资效益分析

一、2023-2025年乘用车行业投资状况分析

二、2026-2031年乘用车行业投资效益分析

三、2026-2031年乘用车行业投资趋势预测

四、2026-2031年乘用车行业的投资方向

五、2026-2031年乘用车行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响乘用车行业发展的主要因素

一、2026-2031年影响乘用车行业运行的有利因素分析

二、2026-2031年影响乘用车行业运行的稳定因素分析

三、2026-2031年影响乘用车行业运行的不利因素分析

四、2026-2031年我国乘用车行业发展面临的挑战分析

五、2026-2031年我国乘用车行业发展面临的机遇分析

图表目录

图表：中国乘用车行业相关政策汇总

图表：2023-2025年中国乘用车市场规模

图表：2026-2031年中国乘用车市场规模及增速预测

图表：2025年中国乘用车行业市场结构分析

图表：乘用车区域分布状况

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：4066518

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4066518.shtml>

在线订购：[点击这里](#)