

2026-2031年中国汽车产业调研及投资前景预测分析报告

报告简介

我国国家最新标准《汽车和挂车类型的术语和定义》(GB/T

3730.1—2001)中对汽车有如下定义：由动力驱动，具有4个或4个以上车轮的非轨道承载的车辆，主要用于：载运人员和(或)货物；牵引载运人员和(或)货物的车辆；特殊用途。

在国家扩内需、调结构、促转变等一系列政策措施的积极作用下，近年来我国汽车工业保持平稳较快发展。汽车产销快速增长，自主品牌市场份额提升，汽车出口逐步恢复，大企业集团产销规模整体提升，市场需求结构进一步优化，汽车工业产业结构调整加快。

2018年全国汽车产销分别完成2780.9万辆和2808.1万辆，连续十年蝉联全球第一。截至2019年底，全国汽车保有量达2.6亿辆，与2018年底相比，增加2122万辆(扣除报废注销量)，增长8.83%。其中，新能源汽车保有量达381万辆。截至2019年底，全国新能源汽车保有量达381万辆，占汽车总量的1.4609%，与2018年底相比，增加120万辆，增长46.05%。其中，纯电动汽车保有量310万辆，占新能源汽车总量的81.19%。新能源汽车增量连续两年超过100万辆，呈快速增长趋势。2019年，我国汽车产业面临的压力进一步加大，产销量与行业主要经济效益指标均呈现负增长。从月度产销情况变动趋势看，我国汽车产销状况正逐步趋于好转。2019年，汽车产销分别完成2572.1万辆和2576.9万辆，产销量同比分别下降7.5%和8.2%。2020年，汽车产销2522.5万辆和2531.1万辆，同比下降2.0%和1.9%。2020年，汽车销售量排名前十位的企业集团销量合计为2264.4万辆，同比下降2.3%，占汽车销售总量的89.5%，低于上年同期0.4个百分点。截至2020年底，全国汽车保有量达2.81亿辆，2020年全国新注册登记汽车2424万辆，比2019年减少153万辆，下降5.95%。其中载货汽车新注册登记416万辆，比2019年增加65万辆，增长18.43%，再创十年来新高。2021年1月，汽车产销分别完成238.8万辆和250.3万辆，环比分别下降15.9%和11.6%，同比分别增长34.6%和29.5%。1月产销同比呈现大幅增长的原因有两点，一是当前市场需求仍在恢复，二是由于2020年春节假期在1月，加之2020年年初疫情影响，因此基数水平较低。从

环比来看，生产环比降幅较快反映出汽车芯片供应不足影响到企业生产节奏。

投资方面的规范也不断完善，2018年5月，国家发展改革委员会向有关部门发布了《汽车产业投资管理规定(征求意见稿)》(简称征求意见稿)。分析认为该规定对行业的影响很大，将规范未来几年的汽车产业投资方向，确定未来龙头扩张的发展方向。

2018年9月20日，《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》发布，《意见》明确提出促进汽车消费优化升级，汽车消费有望大幅受益。目前汽车产业已经完成了从小到大的过程，正在逐步实现由弱到强的巨大跨越，全球汽车工业将向中国和一些新兴经济体进一步转移，这对中国汽车工业来说，仍是非常难得的历史机遇。2019年8月27日，国务院发布《关于加快发展流通促进商业消费的意见》，提出20条提振消费信心措施，其中包括逐步放宽或取消汽车限购，支持商品以旧换新，扩大成品油市场准入，鼓励金融机构创新消费信贷产品和服务等。2019年12月24日，国务院发布《关于进一步做好稳就业工作的意见》。意见提出，挖掘内需带动就业。鼓励汽车、家电、消费电子产品更新消费，有力有序推进老旧汽车报废更新，鼓励限购城市优化机动车限购管理措施。2021年1月5日，商务部等12部门联合印发《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》，鼓励汽车限购城市优化限购措施，增加号牌指标的投放。此外，为了促进农村市场消费，将开展新一轮汽车下乡和以旧换新，鼓励有条件的地区对农村居民购买3.5吨及以下货车、1.6升及以下排量乘用车，对居民淘汰国Ⅲ及以下排放标准汽车并购买新车，给予补贴等。

从中长期看，得益于我国宏观经济的持续稳定增长，新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化的深入推进，以及城乡居民收入水平的不断提高，国内汽车市场仍有较大增长空间，汽车制造业将平稳增长。同时，全球汽车市场有望继续保持平稳增长，其中部分新兴市场的增长可能较快。此外，节能与新能源汽车产业化步伐加快，将为整个行业带来新的发展机会。从短期看，除较为稳定的刚性需求外，国内汽车市场还面临着增换购、公务员购车、黄标车淘汰更新等机会。

本报告利用中道泰和长期对汽车行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量

权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个汽车行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国汽车行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国汽车行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助汽车企业、学术科研单位、投资企业准确了解汽车行业最新发展动向，及早发现汽车行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点hellip;hellip;准确把握汽车行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避汽车行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

报告目录

第一章 汽车行业发展综述

第一节 汽车行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 最近3-5年中国汽车所属行业经济指标分析

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

第三节 汽车行业产业链分析

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

四、汽车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、汽车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、汽车租赁行业发展状况

6、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 汽车行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 汽车行业政治法律环境(p)

一、行业相关政策分析

二、国家政策对行业的影响分析

三、行业政策规划

第二节 行业经济环境分析(e)

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

1、国民经济运行情况

2、居民消费价格走势

3、全国居民收入水平

4、工业发展形势分析

三、国际贸易环境分析

三、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、汽车产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、汽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、汽车技术发展现状分析

二、技术人才发展现状分析

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第三章 国际汽车所属行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球汽车市场总体情况分析

一、全球汽车行业的发展概况及特点

二、全球汽车市场结构分析

三、全球汽车行业竞争格局

四、全球汽车市场区域分布

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、英国汽车行业发展分析

1、英国汽车行业发展现状

2、英国汽车行业政策分析

3、英国汽车行业发展特点

4、英国汽车行业发展经验借鉴

二、美国汽车行业发展分析

1、美国汽车行业发展现状

2、美国汽车行业政策分析

3、美国汽车行业发展特点

4、美国汽车行业发展经验借鉴

三、德国汽车行业发展分析

1、德国汽车行业发展现状

2、德国汽车行业政策分析

3、德国汽车行业发展特点

4、德国汽车行业发展经验借鉴

四、日本汽车行业发展分析

1、日本汽车行业发展现状

- 2、日本汽车行业政策分析
- 3、日本汽车行业发展特点
- 4、日本汽车行业发展经验借鉴

第四章 我国汽车所属行业运行现状分析

第一节 我国汽车所属行业发展状况分析

- 一、我国汽车行业发展历程和阶段
- 二、我国汽车行业发展概况及特点
- 三、我国汽车行业发展存在的问题及对策
- 四、我国汽车行业商业模式分析

第二节 汽车所属行业运行现状分析

- 一、我国汽车所属行业资产规模分析
- 二、我国汽车行业市场规模分析
- 三、中国汽车保有量分析

第三节 汽车所属行业经营情况分析

- 一、中国汽车行业工业总产值
- 二、中国汽车行业增长速度分析
- 三、中国汽车行业产销量分析
- 四、中国汽车所属行业利润总额分析

第四节 中国汽车品牌销售情况分析

- 一、汽车十大品牌销量排名
- 二、分品牌汽车销量前十排名
- 三、分类型汽车销量前十排名

第五节 中国汽车所属行业财务指标总体分析

一、所属行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、所属行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第六节 我国汽车市场价格走势分析

一、汽车市场定价机制组成

二、汽车市场价格影响因素

三、汽车产品价格走势分析

四、2026-2031年汽车产品价格走势预测

第五章 2026-2031年我国汽车市场供需形势分析

第一节 汽车行业生产分析

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、原材料产能情况分析

第二节 我国汽车市场供需分析

一、我国汽车行业供给情况

1、我国汽车行业供给分析

2、我国汽车行业产品产量分析

3、重点企业厂商销量

二、我国汽车行业需求情况

1、汽车行业需求市场

2、汽车行业客户结构

3、汽车行业需求的地区差异

三、我国汽车行业供需平衡分析

第三节 汽车产品市场应用及需求预测

一、汽车产品应用市场总体需求分析

1、汽车产品应用市场需求特征

2、汽车产品应用市场需求总规模

二、2026-2031年汽车行业领域需求量预测

第六章 汽车所属行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 汽车行业进出口市场分析

一、汽车行业进出口综述

1、中国汽车进出口的特点分析

2、中国汽车进出口地区分布状况

3、中国汽车进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国汽车进出口政策与国际化经营

二、汽车行业出口市场分析

1、行业出口数量情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

三、汽车行业进口市场分析

1、行业进口数量情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

第二节 中国汽车出口面临的挑战及对策

一、中国汽车出口面临的挑战

二、中国汽车行业未来出口展望

三、中国汽车产品出口对策

四、汽车行业进出口前景及建议

第七章 我国汽车行业营销渠道扩张分析

第一节 汽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 汽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

第八章 乘用车行业市场分析

第一节 乘用车行业发展规模分析

- 一、乘用车行业产能分析
- 二、乘用车产销量分析
- 三、乘用车市场结构分析

四、乘用车自主品牌市场份额分析

五、十大品牌乘用车销量排名

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、轿车产销量分析

2、轿车分企业产销量分析

3、轿车分品牌销量分析

4、轿车不同类型市场份额

三、轿车市场规模分析

四、中高级车市场竞争格局

五、自主品牌轿车发展策略

六、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产销量分析

2、suv分企业产销量分析

3、suv分品牌销量分析

三、自主suv的品牌竞争格局

四、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产销量分析

2、mpv分企业产销量分析

3、mpv分品牌销量分析

4、mpv不同类型市场份额

三、mpv市场自主品牌分析

四、mpv市场细分化趋势分析

五、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、交叉型乘用车产销量分析

2、交叉型乘用车分企业产销量分析

3、交叉型乘用车分品牌销量分析

三、交叉型乘用车行业发展前景分析

第九章 商用车行业市场分析

第一节 商用车行业市场发展概况分析

一、商用车的概念及分类

二、商用车行业发展特点及变化趋势

三、商用车行业商业模式分析

第二节 商用车行业运行现状分析

一、商用车产销量分析

三、商用车所属行业利润总额分析

四、商用车保有量分析

五、商用车市场结构分析

六、商用车区域市场分析

第三节 客车市场分析

一、客车市场发展态势

二、客车产销规模分析

1、客车产销量分析

2、客车分企业产销量分析

3、客车分品牌销量分析

4、客车不同企业市场份额

三、客车市场规模分析

四、客车行业发展前景分析

第四节 货车市场分析

一、货车产销规模分析

1、货车产销量分析

2、货车分企业产销量分析

3、货车分品牌销量分析

4、货车不同类型市场份额

二、货车行业发展前景分析

第十章 新能源汽车行业市场分析

第一节 中国新能源汽车发展状况分析

一、新能源汽车行业发展概况分析

二、新能源汽车的主要类型分析

三、中国新能源汽车的主要产品

四、新能源汽车技术路线发展分析

五、行业产销规模分析

第二节 中国混合动力汽车市场分析

一、混合动力汽车产销规模分析

二、混合动力汽车市场结构分析

三、混合动力汽车品牌销量排名

四、混合动力汽车市场发展前景

第三节 中国纯电动汽车市场分析

一、纯电动汽车产销规模分析

二、纯电动汽车市场结构分析

三、纯电动汽车品牌销量排名

四、纯电动汽车市场发展前景

第十一章 汽车行业（产业集群）及区域市场分析

第一节 中国汽车重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业企业数量区域分布分析

第二节 汽车区域市场分析

一、东北地区

- 1、汽车市场概况
- 2、汽车产量及销量分析
- 3、汽车产业发展趋势分析

二、华北地区

- 1、汽车市场概况
- 2、汽车产量及销量分析
- 3、汽车产业发展趋势分析

三、华东地区

- 1、汽车市场概况
- 2、汽车产量及销量分析
- 3、汽车产业发展趋势分析

四、华中地区

- 1、汽车市场概况
- 2、汽车产量及销量分析
- 3、汽车产业发展趋势分析

五、华南地区

- 1、汽车市场概况
- 2、汽车产量及销量分析
- 3、汽车产业发展趋势分析

六、西部地区

- 1、汽车市场概况
- 2、汽车产量及销量分析
- 3、汽车产业发展趋势分析

第三节 汽车区域市场前景及趋势

第十二章 2026-2031年汽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、汽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

二、汽车行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析

三、汽车行业swot分析

- 1、汽车行业优势分析
- 2、汽车行业劣势分析
- 3、汽车行业机会分析
- 4、汽车行业威胁分析

第二节 中国汽车行业竞争格局综述

一、汽车行业竞争概况

1、中国汽车行业品牌竞争格局

2、中国汽车行业企业竞争格局

3、中国汽车行业产品竞争格局

二、中国汽车行业竞争力分析

1、我国汽车行业竞争力剖析

2、民企与外企比较分析

3、国内汽车企业竞争能力提升途径

三、中国汽车竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第三节 汽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、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第十三章 汽车行业领先企业经营形势分析

第一节 上海汽车集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业产业布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展动态分析

第二节 东风汽车股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业产业布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展动态分析

第三节 中国第一汽车集团公司(第一汽车制造厂)

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

六、企业发展动态分析

第四节 重庆长安汽车股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业竞争优势分析

五、企业发展动态分析

第五节 北京汽车集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

六、企业发展动态分析

第六节 广州汽车集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

六、企业发展动态分析

第七节 长城汽车股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营模式分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展动态分析

第八节 华晨汽车集团控股有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售网络分布

四、企业产业布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展动态分析

第九节 浙江吉利控股集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售网络分布

五、企业发展动态分析

第十节 安徽江淮汽车集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业经营模式分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展动态分析

第十四章 2026-2031年汽车行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年汽车市场发展前景

- 一、2026-2031年汽车市场发展潜力
- 二、2026-2031年汽车市场发展前景展望
- 三、2026-2031年汽车细分行业发展前景分析
 - 1、乘用车行业发展前景分析
 - 2、商用车行业发展前景分析
 - 3、新能源汽车行业发展前景分析

第二节 2026-2031年汽车市场发展趋势预测

- 一、2026-2031年汽车行业发展趋势
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
- 二、2026-2031年汽车市场规模预测
 - 1、汽车行业市场容量预测
 - 2、汽车行业销售收入预测
- 三、2026-2031年新兴市场发展趋势预测
 - 1、智能汽车市场发展趋势预测
 - 2、无人驾驶汽车市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国汽车行业供需预测

- 一、2026-2031年中国汽车行业供给预测
- 二、2026-2031年中国汽车行业产量预测
- 三、2026-2031年中国汽车市场销量预测
- 四、2026-2031年中国汽车行业需求预测

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

第十五章 2026-2031年汽车行业投资分析

第一节 汽车行业投资特性分析

- 一、汽车行业进入壁垒分析
- 二、汽车行业盈利因素分析
- 三、汽车行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年汽车行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 汽车行业投融资情况

- 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

第四节 2026-2031年汽车行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、汽车行业投资机遇

第五节 2026-2031年汽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、经营风险及控制策略
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产业结构风险及防范

第十六章 汽车行业发展战略研究

第一节 汽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 对我国汽车品牌的战略思考

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

第三节 汽车经营策略分析

一、汽车市场细分策略

二、汽车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

1、市场定位

2、品牌定位

3、定位方法

4、产品定位的基本原则

5、影响因素

四、汽车新产品差异化战略

第四节 汽车行业投资战略研究

一、2021-2026年汽车企业投资战略

1、稳定性投资战略

2、扩张性投资战略

3、紧缩性投资战略

二、2026-2031年汽车行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第五节 研究结论及发展建议

一、汽车行业研究结论及建议

二、汽车子行业研究结论及建议

三、汽车行业发展建议

图表目录：

图表：中国、美国和欧洲汽车后市场毛利率对比情况

图表：合资/自主品牌竞争力指数

图表：2021-2026年汽车行业产量增长率

图表：汽车产业链结构分析

图表：2021-2026年中国汽车市场终端零售量分析

图表：2021-2026年国内生产总值变化情况

图表：2021-2026年各月度cpi变动情况

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及构成

图表：2021-2026年人口数及其构成

图表：2021-2026年城镇新增就业人数(万人)

图表：2021-2026年汽车企业发展能力分析(单位：亿元)

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：344

本文地址：<https://www.51baogao.cn/qiche/200903qiche.shtml>

在线订购：[点击这里](#)