

2020-2026年中国汽车行业 信息化市场深度分析与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国汽车行业信息化市场深度分析与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/165503.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2020-2026年中国汽车行业信息化市场深度分析与投资战略咨询报告》共十一章。首先介绍了汽车行业信息化相关概念及发展环境，接着分析了中国汽车行业信息化规模及消费需求，然后对中国汽车行业信息化市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车行业信息化面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车行业信息化有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第.一部分 产业环境透视

第.一章 汽车行业信息化发展综述

第.一节 汽车行业信息化定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 汽车行业信息化统计标准

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 汽车行业信息化经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、退出机制

五、风险性

六、行业周期

第二章 中国汽车行业信息化发展环境分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

第三节 技术环境分析

一、中国汽车行业信息化技术发展现状

二、汽车行业信息化技术特点分析

三、汽车行业信息化技术发展趋势分析

第三章 国际汽车行业信息化发展分析及经验借鉴

第一节 全球汽车信息化市场总体情况分析

一、全球汽车行业信息化的发展特点

二、全球汽车行业信息化发展分析

三、全球汽车信息化市场区域分布

第二节 主要国家汽车行业信息化发展经验借鉴

一、美国

二、日本

三、欧盟

第二部分 行业运行现状

第四章 中国汽车行业信息化运行现状分析

第一节 中国汽车行业信息化发展状况分析

一、中国汽车行业信息化发展阶段

二、中国汽车行业信息化发展总体概况

三、中国汽车行业信息化发展特点分析

第二节 2019-2019年汽车行业信息化发展现状

一、中国汽车行业信息化市场规模

二、中国汽车行业信息化发展分析

三、中国汽车信息化企业发展分析

第三节 2019-2019年汽车信息化市场情况分析

一、中国汽车信息化市场总体概况

二、中国汽车信息化产品市场发展分析

三、中国汽车信息化市场发展趋势分析

第四节 汽车行业信息化主要业务领域状况

一、大数据

- 1、汽车流通行业大数据概况
- 2、“大数据”助力汽车营销

二、业务流程外包

三、O2O

- 1、汽车电子商务发展现状
- 2、汽车流通领域的O2O的5种类型
- 3、汽车后市场O2O发展前景

第五章 中国汽车流通行业信息化市场分析

第一节 汽车流通产业基本介绍

- 一、汽车流通产业的市场特点
- 二、汽车流通产业的模式介绍
- 三、汽车流通产业对汽车产业的重要性

第二节 中国汽车流通体制的发展过程

- 一、品牌与品牌营销
- 二、从非品牌经营向品牌营销转变
- 三、品牌营销取得成绩
- 四、对品牌营销的几点政策建议
- 五、对国内汽车流通体制改革看法

第三节 中国汽车流通产业主要市场营运分析--汽车销售分析

- 一、中国汽车销售发展概况
 - 1、中国汽车分网销售分析
 - 2、经销商集团转型汽车服务 多业态模式涌现
 - 3、我国汽车销售市场面临洗牌
 - 4、多家汽车企业变革销售网络促销
 - 5、汽车销售服务新法规的优势分析
- 二、汽车行业景气度分析
- 三、汽车行业固定资产投资情况分析
- 四、中国汽车销售市场状况
 - 1、2013-2019年汽车销量分析
 - 2、乘用车产销保持较快增长 增幅回落

- (1) 总体产销情况
- (2) 乘用车市场结构情况
- (3) 分车型销售情况
- (4) 分排量销售情况

3、商用车市场依然低迷

- (1) 总体产销情况
- (2) 商用车市场结构情况
- (3) 客车销售情况
- (4) 货车销售情况

4、重点企业销售排名

五、中国汽车销售模式分析

- 1、汽车销售4S店集群新模式介绍
- 2、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式
- 3、中国汽车销售模式变革起航
- 4、汽车销售4S店存在的问题分析
- 5、我国汽车销售必须打破传统模式

六、汽车销售市场信息化发展现状

第四节 中国汽车流通产业主要市场营运分析--二手车交易

一、二手车交易市场概述

- 1、二手车交易市场的内涵
- 2、二手车交易市场的功能
- 3、二手车交易市场的形式

二、2019-2019年中国二手车交易市场状况

- 1、国内二手车交易市场格局分析
- 2、二手车交易市场竞争激烈

三、2019-2019年二手车交易市场分析

四、二手车交易市场信息化发展现状

第五节 其他汽车流通市场分析

- 一、汽车租赁
- 二、汽车美容
- 三、汽车零配件

第三部分 竞争格局分析

第六章 汽车行业信息化企业竞争策略分析

第一节 汽车行业信息化市场竞争策略分析

一、2019年汽车行业信息化市场增长潜力分析

二、2019年汽车行业信息化主要潜力项目分析

三、现有汽车行业信息化竞争策略分析

第二节 汽车行业信息化企业竞争策略分析

一、2020-2026年汽车行业信息化行业竞争格局展望

二、2020-2026年汽车行业信息化行业竞争策略分析

三、2020-2026年汽车行业信息化企业竞争策略分析

第七章 汽车信息化市场竞争格局及集中度分析

第一节 汽车行业信息化国内竞争格局分析

第二节 行业区域分布特点分析

第八章 中国汽车行业信息化生产企业经营分析

第一节 用友网络科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业最新发展动向分析

第二节 金蝶国际软件集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业最新发展动向分析

第三节 软控股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业最新发展动向分析

第四节 北京久其软件股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业最新发展动向分析

第五节 浪潮软件股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业最新发展动向分析

第六节 厦门三五互联科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业最新发展动向分析

第七节 上海华东电脑股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业最新发展动向分析

第八节 启明信息技术股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业财务状况分析

五、企业竞争优势分析

第四部分 行业前景预测

第九章 2020-2026年汽车行业信息化前景及趋势预测

第一节 2020-2026年汽车信息化市场发展前景

- 一、汽车信息化市场发展潜力
- 二、汽车信息化市场发展前景展望

第二节 2020-2026年汽车信息化市场发展趋势预测

- 一、汽车行业信息化发展趋势分析
- 二、汽车行业信息化市场规模预测

第五部分 行业投资分析与建议

第十章 2020-2026年汽车行业信息化投资机会与风险防范

第一节 中国汽车行业信息化投资特性分析

- 一、汽车行业信息化进入壁垒分析
- 二、汽车行业信息化盈利模式分析
- 三、汽车行业信息化盈利因素分析

第二节 中国汽车行业信息化投资风险

- 一、汽车行业信息化政策风险
- 二、汽车行业信息化核心技术人才流失风险
- 三、汽车行业信息化宏观经济波动风险

第三节 汽车行业信息化投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会

第十一章 汽车行业信息化发展战略研究

第一节 汽车行业信息化发展战略研究

- 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 对中国汽车信息化品牌的战略思考

一、汽车信息化品牌的重要性

二、汽车信息化实施品牌战略的意义

三、汽车信息化企业品牌的现状分析

四、中国汽车信息化企业的品牌战略

五、汽车信息化品牌战略管理的策略

第三节 汽车行业信息化经营策略分析

一、汽车信息化市场细分策略

二、汽车信息化市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、汽车信息化新产品差异化战略

第四节 汽车行业信息化投资战略研究

一、2019年汽车行业信息化投资战略

二、2020-2026年汽车行业信息化投资战略

图表目录：

图表 行业的生命周期图

图表 2013-2019年工业增加值月度同比增长率（%）

图表 2013-2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 2013-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表 2013-2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 2019年居民消费价格主要数据

图表 2013-2019年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 2013-2019年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表 2013-2019年货币供应量月度同比增长率（%）

图表 两版“退坡机制”补贴金额对比

图表 第二批新能源汽车推广应用城市名单

图表 轮胎准入条件在能源资源消耗方面的要求

图表 2019年部分车企整车、维修保养及零部件降价情况一览

图表 世界汽车100强地域分布表

图表 信息化步入深水区的挑战

图表 2013-2019年汽车行业景气指数变化趋势

图表 2019年汽车行业固定资产投资额完成情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165503.html>