

2021-2027年中国乘用车行业分析与市场年度调研报告

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

《2021-2027年中国乘用车行业分析与市场年度调研报告》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/202108/232794.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

乘用车是在其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9个座位。它也可以牵引一辆挂车。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国乘用车行业分析与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了乘用车行业市场发展环境、乘用车整体运行态势等，接着分析了乘用车行业市场运行的现状，然后介绍了乘用车市场竞争格局。随后，报告对乘用车做了重点企业经营状况分析，最后分析了乘用车行业发展趋势与投资预测。您若想对乘用车产业有个系统的了解或者想投资乘用车行业，本报告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：

第一部分乘用车产业深度剖析

第一章2015-2019年全球乘用车产业运行态势分析

第一节2015-2019年国际汽车行业运行简况

一、世界汽车产业“整零”关系模式分析

二、世界汽车销量情况分析

三、全球汽车销量增长预测

第二节2015-2019年世界乘用车行业市场运行情况

一、全球乘用车销售情况分析

二、全球各国乘用车销量情况

三、欧洲乘用车消费及注册情况

四、亚洲将成为全球最大的乘用车市场

第三节2015-2019年部分国家地区乘用车市场动态分析

一、英国乘用车行业发展分析

二、捷克乘用车行业发展分析

三、日本乘用车行业发展分析

四、美国乘用车行业发展分析

五、德国乘用车行业发展分析

六、法国乘用车行业发展分析

第四节2021-2027年全球乘用车市场趋势探析

第二章2015-2019年中国乘用车所属行业运行新态势分析

第一节2019年我国乘用车所属行业发展状况

- 一、2019年中国乘用车市场增长分析
- 二、2019年中国上市新车情况
- 三、2019年中国乘用车企业销售排行分析
- 四、2019年中国乘用车各车型销售情况
- 五、2019年中国轿车销售情况

第二节2019年中国乘用车市场销量分析

- 一、2019年中国乘用车市场销量
- 二、2019年中国乘用车自主品牌销售情况
- 三、2019年中国乘用车分排量销量情况
- 四、2019年乘用车市场销售情况
- 五、2019年乘用车主要品种产销情况

第三节2015-2019年中国乘用车行业供需分析

- 一、乘用车持续热销的原因
- 二、我国乘用车终端需求分析
- 三、乘用车市场供求及价格分析

第三章2015-2019年中国乘用车所属行业经济运行分析

第一节2015-2019年中国乘用车行业上牌数及政策分析

- 一、2015-2019年全国乘用车上牌数分析
- 二、乘用车购置税调整及影响分析

第二节2015-2019年中国乘用车所属行业进出口分析

- 一、按贸易方式分乘用车进出口分析
- 二、2015-2019年中国乘用车进出口情况

第三节2015-2019年中国乘用车在二三级市场动态分析

- 一、二三级市场乘用车消费需求分析
- 二、乘用车竞争情况
- 三、二三级市场的乘用车经销商和厂商应对策略

四、贸易战对乘用车销量的影响

五、贸易战下国内乘用车投资价值凸现

第四章2015-2019年中国汽车行业产业运行形势分析

第一节2015-2019年中国汽车工业发展分析

一、汽车生产情况分析

二、2015-2019年中国汽车工业经济运行情况分析

三、中国汽车企业并购与重组分析

四、汽车产业调整和振兴规划

第二节2015-2019年中国汽车产销量分析

一、中国汽车产销量分析分析

二、中国载货汽车产销量分析

三、中国公路客车产销量分析

四、中国轿车产销量分析

第三节2015-2019年中国汽车零部件行业分析

一、我国汽配市场发展状况分析

二、汽车零部件企业业绩分析

三、我国零部件企业并购情况

四、我国汽车制动系统零部件进出口数据

第五章2015-2019年中国乘用车行业区域市场分析

第一节2015-2019年华北地区乘用车行业分析

一、北京乘用车行业分析

二、天津乘用车行业分析

三、山西乘用车行业分析

第二节2015-2019年东北地区乘用车行业分析

一、黑龙江乘用车行业分析

二、吉林省乘用车行业分析

三、辽宁省乘用车行业分析

第三节2015-2019年华东地区乘用车行业分析

一、山东乘用车行业分析

二、浙江乘用车行业分析

三、福建乘用车行业分析

四、上海乘用车行业分析

第四节2015-2019年华南地区乘用车行业分析

一、广东乘用车行业分析

二、广西乘用车行业分析

三、海南乘用车行业分析

第五节2015-2019年华中地区乘用车行业分析

一、湖南乘用车行业分析

二、湖北乘用车行业分析

第六节2015-2019年西南地区乘用车行业分析

一、四川乘用车行业分析

二、贵州乘用车行业分析

三、重庆乘用车行业分析

第七节2015-2019年西北地区乘用车行业分析

一、陕西乘用车行业分析

二、甘肃乘用车行业分析

三、青海乘用车行业分析

第二部分乘用车市场竞争力点评

第六章2015-2019年中国乘用车行业竞争新格局透析

第一节2015-2019年中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析

一、自主品牌、美系车、欧系车在中国三足鼎立

二、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较

三、自主品牌和合资品牌汽车差距分析

第二节2015-2019年下半年中国狭义乘用车竞争格局

一、狭义乘用车各车系的表现

二、自主品牌分析

三、日系品牌走势

四、德系品牌走势

五、韩系品牌走势

第三节2015-2019年中国乘用车行业竞争力分析

一、乘用车竞争的第一核心分析

- 二、2015-2019年自主品牌竞争力分析
- 三、2015-2019年海外豪华车分食乘用车市场
- 四、中国汽车业角逐世界市场关键分析

第七章2015-2019年中国乘用车市场走势深度评估

第一节2015-2019年下半年中国乘用车品牌走势

- 一、狭义乘用车主力车型市场表现
- 二、微型轿车主力品牌表现
- 三、小型车市场走势
- 四、紧凑型车市场走势
- 五、中高级车市场走势
- 六、高级轿车市场走势
- 七、MPV市场走势
- 八、SUV市场走势
- 九、微客市场走势

第二节2015-2019年中国乘用车车市场增长分析

- 一、乘用车车型结构走势对比
- 二、乘用车各排量市场构成分析

第三节2015-2019年中国乘用车发展状况分析

- 一、乘用车市场现状
- 二、自主品牌乘用车销售情况

第四节2015-2019年中国乘用车行业利润分析

- 一、2015-2019年乘用车行业利润分析
- 二、2015-2019年乘用车上市公司利润分析

第三部分乘用车细分市场透视

第八章2015-2019年乘用车细分市场运行动态分析

第一节2015-2019年轿车市场发展分析

- 一、2015-2019年轿车市场发展态势
- 二、2015-2019年轿车品牌销量排行榜
- 三、2015-2019年中高级车市场竞争格局
- 四、2015-2019年自主品牌轿车发展策略

第二节2015-2019年SUV市场发展分析

- 一、2015-2019年SUV市场发展态势
- 二、2015-2019年自主SUV的品牌竞争格局
- 三、2015-2019年国内SUV市场发展情况
- 四、2015-2019年SUV产品销量排行情况

第三节2015-2019年MPV市场发展分析

- 一、2015-2019年MPV市场发展态势
- 二、2015-2019年MPV市场竞争格局
- 三、2015-2019年MPV市场自主品牌分析
- 四、2015-2019年MPV市场细分化趋势分析

第九章2015-2019年中国自主品牌乘用车所属行业运行走势分析

第一节2015-2019年中国自主品牌乘用车所属行业现状

- 一、自主品牌的机遇和问题分析
- 二、三大自主品牌车企融资情况
- 三、自主品牌掀起中国汽车产业浪潮

第二节2015-2019年中国自主品牌乘用车行业分析

- 一、成功的自主品牌所需的微车战略
- 二、2015-2019年中国乘用车自主品牌建设情况
- 三、自主品牌企业发展战略分析
- 四、自主品牌发展存在的问题
- 五、中国汽车业自主品牌的发展坐标

第十章中国乘用车重点企业运营关键性财务数据分析

第一节上海大众汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节一汽大众汽车有限公司

- 一、企业概况
 - 二、企业主要经济指标分析
 - 三、企业盈利能力分析
 - 四、企业偿债能力分析
 - 五、企业运营能力分析
 - 六、企业成长能力分析
- 第三节上海通用汽车有限公司

- 一、企业概况
 - 二、企业主要经济指标分析
 - 三、企业盈利能力分析
 - 四、企业偿债能力分析
 - 五、企业运营能力分析
 - 六、企业成长能力分析
- 第四节广州本田汽车有限公司

- 一、企业概况
 - 二、企业主要经济指标分析
 - 三、企业盈利能力分析
 - 四、企业偿债能力分析
 - 五、企业运营能力分析
 - 六、企业成长能力分析
- 第五节北京现代汽车有限公司

- 一、企业概况
 - 二、企业主要经济指标分析
 - 三、企业盈利能力分析
 - 四、企业偿债能力分析
 - 五、企业运营能力分析
 - 六、企业成长能力分析
- 第六节奇瑞汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节一汽轿车股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四部分乘用车市场前景与盈利预测

第十一章2015-2019年中国乘用车市场新进入者分析

第一节2015-2019年中国乘用车市场新进入者市场表现分析

一、商用车企业进军轿车市场

二、国外乘用车企

三、非汽车行业的企业

第二节2015-2019年中国乘用车市场新进入者发展存在的障碍

一、乘用车市场的进入门槛提高了

二、外资全面渗透且竞争日趋激烈

三、当前的市场环境对新进入者尤其不利

四、乘用车市场新进入者的障碍

五、选择的空间变小

第三节未来乘用车市场新进入者进入机会

一、未来中国乘用车市场的进入机会

二、从乘用车市场的趋势看新进入者的机会

第十二章2021-2027年中国乘用车行业投资策略解析

第一节乘用车市场新进入者的成功战略

一、拿出强有力的产品

二、建立中国特色的营销和渠道

三、提高产品和服务的质量

第二节乘用车市场的新进入者的投资突破口

- 一、要有成功的产品
- 二、提高自主品牌的品牌溢价能力
- 三、加强品质管理
- 四、营销网络的搭建

第三节乘用车市场的新进入者的发展战略

- 一、品牌定位策略
- 二、市场战术
- 三、产品战略

第十三章2021-2027年中国乘用车行业发展趋势预测分析

第一节2021-2027年中国乘用车市场趋势分析

- 一、2019年乘用车市场总体估计
- 二、乘用车产品产能预测
- 三、2019年狭义乘用车产品销售预测
- 四、中国柴油乘用车发展前景分析

第二节2021-2027年中国乘用车产品发展趋势分析

- 一、我国乘用车未来的发展方向
- 二、2019年乘用车市场的增长趋势
- 三、2019年中国乘用车售后市场规模预测

第三节未来乘用车渠道网络发展趋势

- 一、渠道服务功能将日益凸显
- 二、网点布局均衡化
- 三、终端形态多样化

第十四章2021-2027年中国乘用车企业发展战略分析

第一节自主品牌车企进军海外策略

- 一、自主品牌进军海外分析
- 二、培育市场以带动就业
- 三、热心公益尽企业责任

第二节国内自主品牌车企进军高端市场战略

- 一、自主品牌车企进军高端市场战略分析
- 二、自主品牌车企进军高端市场问题探讨

三、六大国有车企“自主品牌”战略分析

第三节自主品牌新技术突围策略分析

一、自主品牌押宝新能源

二、传统动力实现突破

三、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌

图表目录：

图表：12015-2019年全球乘用车销量分析

图表：22019年份南非乘用车(分制造商)销量明细

图表：32019年份新西兰乘用车（分制造商及品牌）销量

图表：42019年份阿根廷乘用车（分制造商）销量明细

图表：52019年份日本乘用车(分制造商)销售明细

图表：62019年份欧洲乘用车(分制造商及品牌)注册情况

图表：72019年份欧洲乘用车(分国别)注册情况

图表：82019年份西欧乘用车(分制造商及品牌)注册情况

图表：92015-2019年英国乘用车销量分析

图表：102015-2019年捷克乘用车销量分析

图表：112015-2019年日本乘用车销量分析

图表：122015-2019年美国乘用车销量分析

图表：132015-2019年德国乘用车销量分析

图表：142015-2019年法国乘用车销量分析

图表：152021-2027年全球乘用车市场销量预测分析

图表：162015-2019年我国乘用车销量及同比变化情况

图表：172015-2019年我国1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况

图表：18狭义乘用车生产商销量排行榜(2019年国内销售综合数)

图表：19狭义乘用车生产商销量排行榜(2019年国内外销售批发数)

图表：20广义乘用车生产商销量排行榜(2019年国内销售综合数)

图表：21广义乘用车生产商销量排行榜(2019年国内外销售批发数)

图表：222019年中国乘用车各车型销售情况

图表：232019年中国轿车各车型销售情况

图表：242015-2019年乘用车产销量

图表：252015-2019年乘用车产销走势图

图表：262015-2019年乘用车分系列市场份额情况

图表：272019年乘用车整体市场情况

图表：282015-2019年乘用车分系列市场份额变化情况

图表：292015-2019年乘用车分车型销售情况

图表：302015-2019年基本型乘用车（轿车）销售走势图

图表：312015-2019年SUV、MPV、交叉型汽车销售走势图

图表：322019年乘用车销量情况表

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/232794.html>