

2022-2028年中国轿车行业 前景展望与市场供需预测报告

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

《2022-2028年中国轿车行业前景展望与市场供需预测报告》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/202202/270497.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

轿车 (saloon car) 是指用于载送人员及其随身物品, 且座位布置在两轴之间的汽车。包括驾驶者在内, 座位数最多不超过九个。一般轿车强调的是舒适性, 以乘员为中心。而且是从经济性考虑出发, 选择马力适中、排量小、耗油量小的发动机。在中国内地的行驶证管理方面, 轿车特指区别于货车、皮卡、SUV、大巴、中巴的小型汽车, 俗称为“小轿车”。在香港, 轿车又称私家车。预计2019年全年乘用车销量为2400万辆左右, 较2018年同比增长1.2%左右, 其中SUV、轿车将是主要的增长来源。2017-2019年乘用车市场销量预测

中企顾问网发布的《2022-2028年中国轿车行业前景展望与市场供需预测报告》共十七章。首先介绍了轿车行业市场发展环境、轿车整体运行态势等, 接着分析了轿车行业市场运行的现状, 然后介绍了轿车市场竞争格局。随后, 报告对轿车做了重点企业经营状况分析, 最后分析了轿车行业发展趋势与投资预测。您若想对轿车产业有个系统的了解或者想投资轿车行业, 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家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 轿车行业发展分析第一章 轿车行业相关概述第一节 汽车的定义及分类一、汽车的定义二、汽车的构成三、汽车的产品型号四、汽车的分类标准五、中国汽车分类标准第二节 轿车定义及分类一、轿车的定义二、国外分类原则三、国内分类原则四、轿车的分类标准第三节 中国轿车发展历程一、中国轿车行业发展三个阶段二、中国轿车发展大事记三、中国轿车与世界并轨之路第二章 汽车行业分析第一节 国外汽车行业概述一、汽车行业总体特征二、美国汽车工业三、日本汽车工业四、韩国汽车工业五、德国汽车工业第二节 中国汽车行业概况一、2019年中国汽车行业发展二、2019年中国汽车行业概况三、2019年中国汽车行业发展现状四、2019年中国汽车企业销量五、2019年中国汽车市场的特点第三节 汽车行业发展特点一、汽车产业高度全球化二、汽车生产经营集团化三、生产与需求矛盾突出四、跨区域的兼并与联合第四节 汽车行业竞争格局一、汽车行业整车产品结构二、汽车行业生产国家格局三、汽车行业厂商生产格局四、汽车行业国家消费格局第五节 中国汽车工业存在的问题一、中国汽车行业的三个不足二、中国汽车行业规模效应小三、中国汽车行业技术水平低四、中国汽车行业资金人才缺乏第六节 中国汽车行业的发展对策一、培养企业主体观念二、转变政府部门职能三、实行规模效应经营四、增强自主创新能力五、正确处理外资关系第七节 汽车行业发展趋势一、汽车行业的四个发展趋势二、汽车行业未来发展方向三、汽车行业将朝电子化实用化发展四、柴油车将成为汽车发展的主流第三章 国外轿车行业分析第一节 国外轿车市场概述一、各大轿车企业产能有涨有跌二、法系轿车市场需求疲软三、亚洲轿车

市场一枝独秀第二节 美国轿车市场分析一、美国轿车分类标准二、美国轿车工业概述三、美国轿车市场三足鼎立四、美国汽车企业依靠轿车复兴五、老式轿车火爆美国市场六、柴油轿车成为美国市场新宠第三节 欧洲轿车市场分析一、欧洲轿车分类标准二、2019年欧洲轿车销量概况三、欧洲轿车质量持续下滑四、欧洲轿车降价在所难免五、欧洲中小型轿车趋向多元化第四节 日本轿车市场分析一、日本轿车行业概述二、日本小型轿车市场硝烟四起三、日本微型轿车大行其道四、日本高端轿车市场竞争加剧五、日本轿车销售体制发生变革第五节 韩国轿车市场分析一、韩国轿车质量首次超越欧美二、韩国大中型轿车销路看好三、韩国轿车走出国门的途径第六节 国外部分轿车品牌销售状况一、奔驰（BENZ）二、宝马（BMW）三、福特（FORD）第七节 国外轿车存在的问题一、偏大型轿车抑制消费二、政策因素导致成本过高三、各大企业投资过度四、技术标准加大造成轿车成本上升 第四章 中国轿车所属行业概况第一节 中国轿车行业发展状况一、2018年中国轿车销售概况二、2019年中国轿车销售概况三、中国轿车行业的三个特征四、中国轿车行业利润走势下滑第二节 中国轿车消费市场分析一、中国轿车消费市场的现状二、中国轿车消费市场的特点三、影响轿车消费市场的因素四、对中国轿车消费市场的建议第三节 中国轿车行业存在的问题一、小排量轿车存在的危机二、中高级轿车面临安全危机三、厂商价格战愈演愈烈四、国外轿车行业冲击加剧第四节 中国轿车行业发展的对策一、中国轿车行业发展的八项对策二、观念转变是发展的要求三、举起品牌大旗是发展的关键四、性价比优者才能最终胜出 第五章 轿车及相关数据分析第一节 2015-2019年汽车工业所属行业经济数据分析

2018年中国汽车出口额为14765.76百万美元。2019年1-9月出口金额达11167.53百万美元，同比下降2%。2014-2019年9月汽车出口额统计情况数据来源：公共资料整理一、2017年汽车工业总体数据分析二、2018年汽车工业总体数据分析三、2019年汽车工业总体数据分析第二节 2015-2019年全国及重点省市轿车产量一、2017年中国轿车重点省市产量二、2018年中国轿车重点省市产量三、2019年中国轿车重点省市产量 第六章 中国轿车所属行业进出口分析第一节 中国轿车进出口现状一、2018年轿车进出口情况分析二、2019年轿车进出口情况分析第二节 进口轿车与国产轿车的比较分析一、国产轿车的三个优势二、国产轿车的五个劣势三、国产轿车价格过高的原因四、国产轿车自主品牌落后的原因第三节 中国轿车进出口影响分析一、税改对轿车进出口的影响二、汇率变动对轿车进出口的影响三、进出口变化对轿车市场走势的影响 第二部分 轿车细分行业分析第七章 微型轿车第一节 微型轿车行业概况一、微型轿车历史地位二、微型轿车两大阵营三、微型轿车的八大优势四、中国微型轿车发展简述第二节 微型轿车行业现状一、微型轿车市场让自主品牌急了眼二、2019年微型轿车市场分析三、微型轿车市场格局正在悄然改变四、微型轿车成为汽车普及的助推器第三节 微型轿车异军突起的原因一、燃油价格不断上涨二、持币待购意义不大三、消费潜力平稳释放四、更加适合中

国情第四节 微型轿车的市场需求分析一、出租用车二、公务商务用车三、私人购车市场四、农村市场第五节 2019年微型轿车市场分析一、产销分析二、产品分析三、微型轿车市场分析四、微型轿车发展趋势分析第六节 微型轿车行业存在的问题一、微型轿车市场五个问题二、微型轿车行业利润低三、微型轿车行业成本高四、微型轿车行业配套差第七节 微型轿车行业的发展策略一、两大手段做强市场二、提高配置弥补不足三、大力开拓私车市场第八节 微型轿车行业的前景展望一、微型轿车政策将持续向好二、微型轿车普及是大势所趋三、特有优势使微型轿车前景看好四、中国微型轿车行业前途光明 第八章 经济型轿车第一节 经济型轿车概述一、车型及定位二、经济型轿车主要特征三、中国经济型轿车发展简述四、发展经济型轿车的意义第二节 中国经济型轿车发展概况一、燃油税利好经济型轿车二、经济型轿车开始抢滩二三级市场三、降价成为经济型轿车竞争主旋律四、经济型轿车进入黄金时代第三节 2019年经济型轿车市场分析一、市场总体回顾二、价格大战贯穿全年三、自主品牌表现不凡四、高端市场成竞争热点第四节 中国经济型轿车消费分析一、经济良好推动经济型轿车消费二、政策法规拉动经济型轿车发展三、市场需求刺激经济型轿车消费四、消费者对经济型轿车消费的影响第五节 中国经济型轿车存在的问题一、经济型轿车三大问题二、自主品牌遭遇劲敌三、税费结构阻碍发展四、经济型轿车良莠不齐第六节 中国经济型轿车发展策略一、调整税费结构是根本二、加强服务竞争是基础三、提高性价比是方向四、推动轿车柴油化是主流第七节 中国经济型轿车的发展趋势一、经济型轿车将成市场主角二、经济型轿车三大发展趋势三、经济型轿车将呈多元化方向发展 第九章 中高级轿车第一节 中高级轿车概述一、车型及定位二、外型尺寸及动力系统三、品质及安全第二节 中高级轿车行业概况一、中高级轿车市场需求旺盛二、中高级轿车竞争激烈三、中高级轿车消费结构发生变化四、中高级轿车价格基准不断下调第三节 中高级轿车行业存在的问题一、缺少民族品牌二、地方保护主义严峻三、专业化国际化水平差四、更新替代方式老化五、高油价带来新挑战第四节 中高级轿车发展策略一、柴油使用值得推广二、逐步积累资本和技术三、逐步加入全球分工体系四、推动民营资本进入生产领域五、逐步实现价值链升级第五节 中高级轿车行业发展趋势一、中高级轿车市场格局将发生变化二、中高级轿车向多功能发展三、中高级轿车将朝高性价比迈进 第十章 豪华轿车第一节 豪华轿车概述一、豪华轿车概念二、外型尺寸及定位三、豪华轿车的风格流变四、中国豪华轿车发展综述第二节 豪华轿车市场现状一、豪华轿车纷纷进入中国二、豪华轿车竞争进入白热化三、豪华轿车的争夺战正式打响四、现代豪华轿车劳恩斯将进军中国豪车市场第三节 中国豪华轿车不同消费群体特征分析一、将豪华轿车作为身份的象征二、追求豪华轿车的性能与配置三、以豪华轿车体现个性和品位第四节 跨国公司在豪华轿车领域的竞争一、跨国公司对豪华轿车领域渗透的原因二、跨国公司在豪华轿车领域的竞争格局三、跨国公司在豪华轿车领域的竞争表现四、跨国公司在豪华轿车领域的竞争表现

车领域的竞争趋势第五节 豪华轿车部分品牌分析一、奔驰 (BENZ) 二、宝马 (BMW) 三、凯迪拉克 (CADILLAC) 四、劳斯莱斯 (ROLLS-ROYCE) 第三部分 轿车行业竞争格局第十一章 中国轿车市场竞争分析第一节 中国轿车行业竞争概述一、中国轿车行业竞争格局二、中国轿车行业的优势和劣势三、技术竞争和服务竞争是主旋律第二节 跨国公司在华轿车领域的竞争一、跨国公司在华轿车产业中的地位二、跨国公司进入中国轿车产业的历程三、跨国公司进入中国轿车产业的规律第三节 中国轿车品牌竞争格局分析一、中三大快速扩张二、洋三大遍地开花三、其他中国轿车制造商简述第四节 中国轿车品牌的SWOT分析一、中国轿车品牌优势 (Strength) 二、中国轿车品牌劣势 (Weakness) 三、中国轿车品牌机会 (Opportunity) 四、中国轿车品牌威胁 (Threat) 第五节 提升中国轿车行业竞争力的建议一、提高自主开发能力二、培养高素质的人才三、增强企业生产效率四、加快轿车服务发展五、塑造现代企业文化 第十二章 中国轿车营销分析第一节 中国轿车营销模式分析一、轿车营销模式的内涵二、中国轿车营销模式现状三、常见的营销模式分析四、中国轿车的营销模式简析第二节 跨国公司在华轿车营销模式分析一、跨国公司在华的营销模式二、影响跨国公司营销模式的因素三、对中国轿车营销模式的影响第三节 中国轿车营销渠道分析一、轿车营销渠道定义二、中国轿车营销渠道模式面临挑战三、中国轿车渠道模式差异化的构建四、中国轿车营销渠道的品牌转变五、中国轿车构建营销渠道力的具体措施第四节 中国轿车营销模式存在的问题一、轿车营销的八大问题二、轿车营销亟待发展三、轿车专卖店现状堪忧四、软件建设存在差距第五节 中国轿车营销模式的发展策略一、轿车营销应符合中国国情二、轿车营销应以消费者为导向三、轿车营销不应排斥多样性四、轿车营销需加强诚信度五、轿车营销应完善售后服务六、轿车营销应建立强大的网络第六节 中国轿车营销模式的发展趋势一、各种营销模式将长期共存二、营销模式处于动态变化中三、营销模式与经济发展相一致 第十三章 重点企业介绍第一节 上海大众汽车有限公司一、企业概况二、产品系列三、公司竞争优势四、经营状况第二节 一汽大众汽车有限公司一、企业概况二、产品系列三、一汽大众发展战略四、一汽大众汽车经营状况第三节 一汽轿车股份有限公司一、企业概况二、企业经营情况分析三、企业未来发展展望与战略第四节 上海通用汽车有限公司一、企业概况二、产品系列三、上海通用的成功之路四、经营状况第五节 广州本田汽车有限公司一、企业概况二、产品系列三、广州本田的市场谋略四、经营状况第六节 北京现代汽车有限公司一、企业概况二、产品系列三、北京现代的营销策略四、经营状况第七节 安徽奇瑞汽车有限公司一、企业概况二、产品系列三、奇瑞汽车自主创新发展之路四、经营状况 第四部分 轿车相关行业及政策环境分析第十四章 相关行业分析第一节 钢铁一、钢铁行业概况二、中国钢铁行业主要特征三、中国钢铁产品需求特点四、影响钢铁价格的因素分析五、钢铁行业存在的问题及发展策略第二节 石油一、石油行业概述二、中国石油的供求概况三、人民币升值对石油行业的影响

响四、中国石油行业存在的问题及发展策略五、石油行业的发展趋势及预测

第三节 汽车零部件

一、中国汽车零部件的三大变化二、中国汽车零部件发展四个阶段三、中国汽车零部件的机遇和挑战四、中国汽车零部件存在的问题及对策五、中国汽车零部件行业发展趋势

第十五章 轿车行业政策法规分析

第一节 相关政策环境分析

一、汽车产业政策有待调整二、汽车贸易政策急需完善三、混合动力汽车发展需政策扶持四、中国出台的汽车行业政策

第二节 政策法规对轿车市场的影响

一、税收政策对中国轿车市场的调控作用二、《汽车贸易政策》对轿车市场的影响三、《汽车产业发展政策》促进中国汽车工业四、《汽车贸易政策》助推产业规范化建设进程

第三节 相关政策法规介绍

一、《汽车贸易政策》二、《汽车产业发展政策》三、《车辆购置税征收管理办法》四、《构成整车特征的汽车零部件进口管理办法》六、《关于鼓励发展节能环保型小排量汽车的意见》

第五部分 轿车行业发展趋势及投资策略

第十六章 2022-2028年中国轿车行业发展趋势及预测

第一节 中国轿车行业发展前景

一、轿车市场未来需求持续旺盛二、轿车功能趋向多元化三、发展高新汽车技术是必行之路

第二节 中国轿车市场发展方向

一、市场份额向优势企业集中二、新增车辆向中小城市转移三、轿车柴油化是必然趋势

第三节 中国轿车市场消费趋势

一、轿车将进入价值消费时代二、轿车呈现个性消费趋势三、两厢轿车将成主要消费对象

第十七章 2022-2028年中国轿车行业投资分析

第一节 轿车行业的投资特性

一、政策指导性强二、进入壁垒较高三、投资规模巨大四、规模经济明显

第二节 投资机会

一、轿车消费市场潜力巨大二、轿车需求持续走高三、轿车行业将快速增长四、轿车行业利润总额仍可保持

第三节 投资风险

一、轿车行业风险加大二、轿车行业企业经营风险三、轿车行业竞争风险四、轿车行业替代技术和产品风险

第四节 中国轿车行业投资与产能分析

一、中国轿车行业投资情况分析二、中国轿车行业产能利用情况分析三、中国轿车行业投资过热因素分析四、投资过热产能过剩应采取的措施

第五节 其他投资建议

一、轿车企业需提高核心竞争力二、轿车企业需降低生产成本三、轿车企业需提升技术水平四、轿车企业需加强售后服务

图表目录：

图表：汽车按排量分类图

图表：汽车按车长车宽分类图

图表：汽车综合分级图

图表：2019年轿车市场销量状况图

图表：微型轿车主要品牌价格分布图

图表：主要微型轿车外型尺寸对比图

图表：主要微型轿车长度、轴距对比图

图表：主要微型轿车各车型长、宽、高、轴距对比图

图表：主要微型轿车动力性对比图

图表：主要微型轿车最大功率、最大扭矩对比图

图表：主要微型轿车最大功率及百公里油耗对比图

图表：主要微型轿车最高车速对比图

图表：主要微型轿车安全性对比图

图表：主要微型轿车舒适性对比图

图表：主要微型轿车产品投放时间对比图

图表：主要微型轿车市场定位对比图

图表：主要微型轿车量价图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270497.html>