

2021-2027年中国交叉型乘用车市场评估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

《2021-2027年中国交叉型乘用车市场评估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/202103/207713.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

轿车在2013年年销量上升到1200万辆的级别，之后基本是在1200万辆上下小幅震荡，几乎没有增长，其消费人群持续被 SUV 分流，预计未来轿车的体量仍然会维持平稳。

SUV 的增长是最近 5 年汽车总量增长的主要贡献力量。18 年 SUV 年销量小幅负增长，我认为并不能说 SUV 的增长彻底结束了，SUV 增速的下滑应该是一个渐变的过程，不会说从双位数增长直接变成 0 增长，主要有以下两点原因：

目前中国 SUV 渗透率为 41.9%，而北美 SUV 渗透率在 50%以上，中国消费者偏好大空间车型的消费特点短期内不会发生改变，那么中国的 SUV 的渗透率还会进一步提升。

SUV 可以替代部分 MPV 和交叉型乘用车。上汽通用五菱等车企推出了廉价的 SUV 来替代交叉型乘用车，SUV 既可以载人也可以载货，档次又明显高于交叉型乘用车，这迎合了低收入人群消费升级的趋势。从数据上也可以看到，交叉型乘用车从 12 年至今一直是负增长，从峰值 249.2 万辆萎缩至 50 万辆左右。另一方面，7 座 SUV 可以替代部分 MPV，主机厂推出大量的 7 座 SUV 对 MPV 车型形成一定冲击。基于以上原因，SUV 中长期来看还是有增长空间的，其增速还是会高于轿车。

从车企层面来看，存量博弈，销量分化严重，强者恒强，17 年市占率提升的企业中绝大多数 18 年的市占率继续提升。中国销量最大 12 家车企在 17 年只有四家市占率提升，其余 8 家市占率都有所下滑，市占率提升的四家分别是上汽、一汽、广汽、吉利，这四家企业在 18 年市占率继续提升，对东风、长安、北汽、长城等企业形成持续挤压。主要汽车集团销量增速变动情况主要汽车集团市占率变动情况 中企顾问网发布的《2021-2027年中国交叉型乘用车市场评估与投资战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国交叉型乘用车行业市场发展环境、交叉型乘用车整体运行态势等，接着分析了中国交叉型乘用车行业市场运行的现状，然后介绍了交叉型乘用车市场竞争格局。随后，报告对交叉型乘用车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国交叉型乘用车行业发展趋势与投资预测。您若想对交叉型乘用车产业有个系统的了解或者想投资中国交叉型乘用车行业，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：

第一章 交叉型乘用车行业发展综述

1.1 交叉型乘用车行业概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要商业模式

1.2 交叉型乘用车行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 交叉型乘用车行业在产业链中的地位

1.2.3 交叉型乘用车行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 交叉型乘用车行业生命周期

1.3 2012-2019年中国交叉型乘用车所属行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 交叉型乘用车行业运行环境（PEST）分析

2.1 交叉型乘用车行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 交叉型乘用车行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 交叉型乘用车行业社会环境分析

2.3.1 交叉型乘用车产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 交叉型乘用车产业发展对社会发展的影响

2.4 交叉型乘用车行业技术环境分析

2.4.1 交叉型乘用车技术分析

2.4.2 交叉型乘用车技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国交叉型乘用车所属行业运行分析

3.1 我国交叉型乘用车行业发展状况分析

3.1.1 我国交叉型乘用车行业发展阶段

3.1.2 我国交叉型乘用车行业发展总体概况

3.1.3 我国交叉型乘用车行业发展特点分析

3.2 2019年交叉型乘用车行业发展现状

3.2.1 2012-2019年我国交叉型乘用车行业市场规模

3.2.2 2019年我国交叉型乘用车行业发展分析2018年交叉型乘用车占比情况

3.2.3 2019年中国交叉型乘用车企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2019年重点省市市场分析

3.4 交叉型乘用车产品/服务价格分析

3.4.1 2012-2019年交叉型乘用车价格走势

3.4.2 影响交叉型乘用车价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.4.3 2021-2027年交叉型乘用车产品/服务价格变化趋势

3.4.4 主要交叉型乘用车企业价位及价格策略

第四章 我国交叉型乘用车所属行业整体运行指标分析

4.1 2012-2019年中国交叉型乘用车行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2012-2019年中国交叉型乘用车行业运营情况分析

4.2.1 我国交叉型乘用车行业营收分析

4.2.2 我国交叉型乘用车行业成本分析

4.2.3 我国交叉型乘用车行业利润分析

4.3 2012-2019年中国交叉型乘用车行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国交叉型乘用车所属行业供需形势分析

5.1 交叉型乘用车行业供给分析

5.1.1 2012-2019年交叉型乘用车行业供给分析

5.1.2 2021-2027年交叉型乘用车行业供给变化趋势

5.1.3 交叉型乘用车行业区域供给分析

5.2 2012-2019年我国交叉型乘用车行业需求情况

5.2.1 交叉型乘用车行业需求市场

5.2.2 交叉型乘用车行业客户结构

5.2.3 交叉型乘用车行业需求的地区差异

5.3 交叉型乘用车市场应用及需求预测

5.3.1 交叉型乘用车应用市场总体需求分析

(1) 交叉型乘用车应用市场需求特征

(2) 交叉型乘用车应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2027年交叉型乘用车行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年交叉型乘用车行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年交叉型乘用车行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业交叉型乘用车产品/服务需求分析预测

第六章 交叉型乘用车行业产业结构分析

6.1 交叉型乘用车产业结构分析

6.1.1 市场充分程度分析

6.1.2 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国交叉型乘用车行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 交叉型乘用车产业结构调整方向分析

第七章 我国交叉型乘用车行业产业链分析

7.1 交叉型乘用车行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 交叉型乘用车上游行业分析

7.2.1 交叉型乘用车产品成本构成

7.2.2 2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对交叉型乘用车行业的影响

7.3 交叉型乘用车下游行业分析

7.3.1 交叉型乘用车下游行业分布

7.3.2 2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对交叉型乘用车行业的影响

第八章 我国交叉型乘用车行业渠道分析及策略

8.1 交叉型乘用车行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对交叉型乘用车行业的影响

8.1.3 主要交叉型乘用车企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 交叉型乘用车行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 交叉型乘用车行业营销策略分析

8.3.1 中国交叉型乘用车营销概况

8.3.2 交叉型乘用车营销策略探讨

8.3.3 交叉型乘用车营销发展趋势

第九章 我国交叉型乘用车行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 交叉型乘用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

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 交叉型乘用车行业企业间竞争格局分析

9.1.3 交叉型乘用车行业集中度分析

9.1.4 交叉型乘用车行业SWOT分析

9.2 中国交叉型乘用车行业竞争格局综述

9.2.1 交叉型乘用车行业竞争概况

(1) 中国交叉型乘用车行业竞争格局

(2) 交叉型乘用车行业未来竞争格局和特点

(3) 交叉型乘用车市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国交叉型乘用车行业竞争力分析

(1) 我国交叉型乘用车行业竞争力剖析

(2) 我国交叉型乘用车企业市场竞争的优势

(3) 国内交叉型乘用车企业竞争能力提升途径

9.2.3 交叉型乘用车市场竞争策略分析

第十章 交叉型乘用车行业领先企业经营形势分析

10.1 奇瑞汽车股份有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 经营状况分析

10.2 长城汽车股份有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 经营状况分析

10.3 沈阳华晨金杯汽车有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 经营状况分析

10.4 长安汽车股份有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 经营状况分析

10.5 庆铃汽车(集团)有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 经营状况分析

10.6 上汽通用五菱汽车股份有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 经营状况分析

10.7 中国美东汽车控股有限公司

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 经营状况分析

10.8 厦门金龙汽车集团股份有限公司

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 经营状况分析

第十一章 2021-2027年交叉型乘用车行业投资前景

11.1 2021-2027年交叉型乘用车市场发展前景

11.1.1 2021-2027年交叉型乘用车市场发展潜力

11.1.2 2021-2027年交叉型乘用车市场发展前景展望

11.2 2021-2027年交叉型乘用车市场发展趋势预测

11.2.1 2021-2027年交叉型乘用车行业发展趋势

11.2.2 2021-2027年交叉型乘用车市场规模预测

11.2.3 2021-2027年交叉型乘用车行业应用趋势预测

11.3 2021-2027年中国交叉型乘用车行业供需预测

11.3.1 2021-2027年中国交叉型乘用车行业供给预测

11.3.2 2021-2027年中国交叉型乘用车行业需求预测

11.3.3 2021-2027年中国交叉型乘用车供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年交叉型乘用车行业投资机会与风险

12.1 交叉型乘用车行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2021-2027年交叉型乘用车行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.3 2021-2027年交叉型乘用车行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 交叉型乘用车行业投资战略研究

13.1 交叉型乘用车行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国交叉型乘用车品牌的战略思考

13.2.1 交叉型乘用车品牌的重要性

13.2.2 交叉型乘用车实施品牌战略的意义

13.2.3 交叉型乘用车企业品牌的现状分析

13.2.4 我国交叉型乘用车企业的品牌战略

13.2.5 交叉型乘用车品牌战略管理的策略

13.3 交叉型乘用车经营策略分析

13.3.1 交叉型乘用车市场创新策略

13.3.2 品牌定位与品类规划

13.3.3 交叉型乘用车新产品差异化战略

第十四章 研究结论及投资建议（ ）

14.1 交叉型乘用车行业研究结论

14.2 交叉型乘用车行业投资价值评估

14.3 交叉型乘用车行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议（ ）

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表1：交叉型乘用车行业生命周期

图表2：交叉型乘用车行业产业链结构

图表3：2012-2019年全球交叉型乘用车行业市场规模

图表4：2012-2019年中国交叉型乘用车行业市场规模

图表5：2012-2019年交叉型乘用车行业重要数据指标比较

图表6：2012-2019年中国交叉型乘用车市场占全球份额比较

图表7：2012-2019年交叉型乘用车行业工业总产值

图表8：2012-2019年交叉型乘用车行业销售收入

图表9：2012-2019年交叉型乘用车行业利润总额

图表10：2012-2019年交叉型乘用车行业资产总计

图表11：2012-2019年交叉型乘用车行业负债总计

图表12：2012-2019年交叉型乘用车行业竞争力分析

图表13：2012-2019年交叉型乘用车市场价格走势

图表14：2012-2019年交叉型乘用车行业主营业务收入

图表15：2012-2019年交叉型乘用车行业主营业务成本

图表16：2012-2019年交叉型乘用车行业销售费用分析

图表17：2012-2019年交叉型乘用车行业管理费用分析

图表18：2012-2019年交叉型乘用车行业财务费用分析

图表19：2012-2019年交叉型乘用车行业销售毛利率分析

图表20：2012-2019年交叉型乘用车行业销售利润率分析

图表21：2012-2019年交叉型乘用车行业成本费用利润率分析

图表22：2012-2019年交叉型乘用车行业总资产利润率分析

图表23：2012-2019年交叉型乘用车行业集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/207713.html>