

2022-2028年中国轿车行业 前景展望与投资分析报告

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投资分析报告》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/202202/270495.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。

2015-2018年中国汽车出口量略有增长，2018年中国出口量汽车达115万辆，同比增长11.3%。2019年1-3季度汽车出口量为90万辆，同比增长3.4%。2014-2019年9月中国汽车出口数量情况

数据来源：公共资料整理 中企顾问网发布的《2022-2028年中国轿车行业前景展望与投资分析报告》共十四章。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 轿车简介1.1 汽车概述1.1.1 汽车的定义1.1.2 汽车的基本构造1.1.3 汽车的分类1.1.4 汽车车身的演变1.1.5 国产汽车产品型号编制规则1.2 轿车介绍1.2.1 轿车的定义1.2.2 国外轿车分类1.2.3 国内轿车分类 第二章 2015-2019年汽车所属行业发展分析2.1

2015-2019年国际汽车行业发展概况2.1.1 国际汽车工业发展变化特征2.1.2 2018年世界汽车工业发展状况2.1.3 2019年世界汽车工业发展状况2.1.4 2019年世界汽车工业发展态势2.2 中国汽车行业发展概况2.2.1 中国汽车行业发展历程回顾2.2.2 中国已成国际最大的汽车市场2.2.3 “十二五”时期中国汽车工业发展综述2.2.4 中国汽车自主品牌发展分析2.3 2015-2019年中国汽车行业发展分析2.3.1 2019年中国汽车行业发展分析2.3.2 2019年中国汽车工业运行状况2.3.3 2019年中国汽车工业运行现状2.4 中国汽车业发展存在的问题2.4.1 中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈2.4.2 中国汽车市场存在的主要问题2.4.3 中国汽车产业仍然大而不强2.4.4 中国汽车行业品牌国际化存在的不足2.5 中国汽车业的发展对策2.5.1 促进汽车消费市场发展的措施建议2.5.2 中国汽车行业品牌国际化的对策建议2.5.3 中国汽车行业可持续发展的措施2.5.4 中国新能源汽车产业化发展建议2.5.5 汽车产业未来发展应遵循的方向 第三章 2015-2019年国际轿车所属行业发展分析3.1 2015-2019年世界轿车行业概况3.1.1 节能环保小型车畅销国外轿车市场3.1.2 世界轿车市场畅销排名分析3.1.3 欧盟轿车市场价格运行概述3.1.4 国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场3.1.5 全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用3.2 美国3.2.1 2019年美国轿车市场销

量概况3.3 德国3.3.1 2019年德国轿车行业发展概况3.4 日本3.4.1 日本轿车销量首跌3.4.2 日本轿车全球市场销售状况3.4.3 日系轿车在华市场份额减少的原因分析3.4.4 日本轿车市场销售排名概况3.5 俄罗斯3.5.1 2019年俄罗斯轿车行业产销概况3.5.2 2019年俄罗斯轿车进出口概况3.5.3 2019年俄罗斯轿车行业产销概况3.5.4 2019年俄罗斯轿车行业产销概况 第四章 2015-2019年中国轿车所属行业状况4.1 中国轿车行业概况4.1.1 中国轿车行业发展历程4.1.2 我国轿车行业运行综合分析4.1.3 中国轿车市场从透支到正常的变化分析4.1.4 国家节能汽车补贴政策对轿车行业的影响分析4.1.5 中国轿车市场品牌结构分析4.2 2015-2019年中国轿车市场发展分析4.2.1 2019年中国轿车行业发展状况4.2.2 2019年中国轿车市场走势分析4.2.3 2019年中国轿车行业发展状况4.2.4 2019年中国轿车行业发展态势4.3 2015-2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.3.1 2017年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.3.2 2018年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.3.3 2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.4 2015-2019年中国轿车市场消费分析4.4.1 中国轿车市场的消费形势变化分析4.4.2 影响轿车消费的主要因素4.4.3 我国轿车市场消费者需求调查分析4.4.4 对中国轿车消费市场的建议4.5 价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读4.5.1 价值分析方法4.5.2 价值分析对轿车国产化的用途分析4.5.3 轿车国产化项目的价值分析过程解读4.6 中国轿车业发展存在的问题与对策分析4.6.1 中国轿车产业发展过程中存在的问题4.6.2 中国轿车服务体系存在不足4.6.3 中国轿车存在轮胎安全隐患4.6.4 中国轿车产业发展策略建议4.6.5 促进轿车产业价值链发展的战略对策4.6.6 对自主品牌企业未来发展的几点建议 第五章 2015-2019年微型轿车发展分析5.1 微型轿车概述5.1.1 微型轿车的历史地位5.1.2 微型轿车的优势5.1.3 微轿市场在车型升级中升温5.1.4 我国微型轿车市场运动化态势明显5.2 2015-2019年中国微型轿车发展分析5.2.1 2019年我国微型轿车市场发展走势5.2.2 2019年微型轿车市场自主品牌概况5.2.3 2019年我国微型轿车市场发展分析5.2.4 2019年我国微型轿车市场发展走势5.3 电动微型轿车的相关分析5.3.1 电动微型轿车应时而生5.3.2 全面提高电动微型轿车的质量与性能5.3.3 国家应全力支持电动微型轿车发展5.3.4 电动微型轿车将走向世界5.4 中国微型轿车面临的压力5.4.1 成本压力5.4.2 配套压力5.4.3 产品压力5.4.4 品牌压力5.4.5 竞争压力5.5 微型轿车发展对策及前景趋势5.5.1 中国微型轿车企业发展对策5.5.2 微型轿车将走向市场5.5.3 微型电动轿车前景广阔 第六章 2015-2019年经济型轿车发展分析6.1 经济型轿车概述6.1.1 经济型轿车定义及分类6.1.2 经济型轿车主要特征6.1.3 经济型轿车受市场青睐的原因6.1.4 发展经济型轿车的意义6.1.5 经济型轿车发展模式选择分析6.2 中国经济型轿车行业发展分析6.2.1 中国经济型轿车发展态势6.2.2 中国经济型车市场的裂变分析6.2.3 2017年中国经济型轿车市场分析6.2.4 2018年中国经济型轿车市场分析6.2.5 2019年中国经济型轿车市场分析6.3 阻碍中国经济型轿车发展的几大因素6.3.1 经济型轿车质量有待提高6.3.2 消费观念影响经济型轿车的发展6.3.3 基础配套设施问题6.4 中国经济型轿车发展前景及趋势6.4.1 油价上涨促进经济

型轿车的销售6.4.2 未来经济型轿车市场发展趋势6.4.3 未来经济型轿车将成为轿车市场消费主流 第七章 2015-2019年其他轿车细分市场分析7.1 2015-2019年豪华轿车发展分析7.1.1 豪华轿车应满足的条件7.1.2 2017年我国高档轿车市场分析7.1.3 2018年国产豪华轿车市场分析7.1.4 2019年国产豪华轿车市场动态分析7.1.5 中国成为德国高档轿车全球最大市场7.2 2015-2019年中高级轿车市场运行状况7.2.2 2017年国内中高级轿车所属行业市场运行分析7.2.3 2018年我国中高级轿车所属行业市场运行分析7.2.4 2019年我国中高级轿车所属行业市场运行分析7.3 中高级轿车发展趋势7.3.1 未来中高级轿车仍以合资产品为主7.3.2 性价比提升是中高级轿车发展趋势7.3.3 中高级轿车未来发展方向7.3.4 现代中高级轿车技术发展趋势 第八章 中国轿车行业进出口分析8.1 中国轿车行业进出口状况分析8.1.1 2017年中国轿车行业进出口数据8.1.2 2018年中国轿车行业进出口数据8.1.3 2019年中国轿车行业进出口数据8.2 中国自主品牌轿车出口分析8.2.1 中国自主品牌轿车出口特点8.2.2 自主品牌轿车出口概况

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8.2.3 中国自主品牌轿车出口存在的问题8.2.4 我国自主品牌轿车出口的发展对策8.3 2015-2019年汽油小轿车所属行业进出口数据分析8.3.1 2015-2019年主要国家汽油小轿车进口市场分析8.3.2 2015-2019年主要国家汽油小轿车出口市场分析8.3.3 2015-2019年主要省份汽油小轿车进口市场分析8.3.4 2015-2019年主要省份汽油小轿车出口市场分析8.4 2015-2019年柴油小轿车所属行业进出口数据分析8.4.1 2015-2019年主要国家柴油小轿车进口市场分析8.4.2 2015-2019年主要国家柴油小轿车出口市场分析8.4.3 2015-2019年主要省份柴油小轿车进口市场分析8.4.4 2015-2019年主要省份柴油小轿车出口市场分析 第九章 2015-2019年中国轿车市场竞争分析9.1 2015-2019年中国轿车市场竞争概述9.1.1 轿车企业的核心竞争力分析9.1.2 我国轿车行业竞争的根本规律分析9.1.3 2018年我国轿车市场竞争格局概况9.1.4 2019年我国轿车市场竞争格局概况9.1.5 国产与进口轿车竞争比较优劣势分析9.1.6 中国轿车品牌与国外品牌的差距分析9.2 2015-2019年中国轿车各细分市场竞争概述9.2.1 中高级轿车市场竞争态势9.2.2 中高级轿车制造商竞争策略9.2.3 中级轿车市场竞争态势9.2.4 经济型轿车市场竞争态势9.3 提升中国轿车行业竞争力的建议9.3.1 善用“钻石理论”9.3.2 提高自主开发能力9.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售9.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略9.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议 第十章 2015-2019年中国轿车营销分析10.1 中国轿车营销模式透析10.1.1 中国轿车营销模式的内涵10.1.2 中国轿车营销模式的选择分析10.1.3 中国轿车营销模式的主要特点10.2 轿车营销中的客户关系管理分析10.2.1 CRM的起源及定义10.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理10.2.3 实施客户关系管理的流程10.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题10.3 2015-2019年中国轿车业营销渠道分析10.3.1 轿车营销渠道的定义及作用10.3.2 中国轿车行业渠道模式现状10.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问

题10.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策10.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施10.4 中国轿车营销存在的问题10.4.1 中国轿车营销体系需解决的问题10.4.2 轿车营销传播存在的四大不足10.4.3 软件建设存在差距10.5 中国轿车市场营销策略分析10.5.1 建立轿车营销模式的原理10.5.2 我国轿车营销模式的发展思路10.5.3 关于建立品牌经营营销模式的建议10.5.4 关于轿车营销策略创新的对策10.5.5 轿车促销策略分析10.5.6 轿车营销传播策略 第十一章轿车行业关联产业分析11.1 汽车零部件11.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述11.1.2 中国汽车零部件工业取得巨大成就11.1.3 汽车零部件产业发展的显著特点11.1.4 中国汽车零部件企业存在三大不足11.1.5 中国汽车零部件业发展对策建议11.2 钢铁11.2.1 中国钢铁业发展历程11.2.2我国钢铁所属行业运行分析11.2.5 中国钢铁工业发展对策建议11.3 石油11.3.1 石油概述11.3.2我国石油行业运行状况11.3.5 中国石油企业发展策略浅析11.4 橡胶11.4.1 橡胶概述11.4.2中国橡胶行业运行状况 第十二章轿车行业重点企业财务状况12.1 一汽轿车股份有限公司12.1.1 企业发展概况12.1.2 经营效益分析12.1.3 业务经营分析12.1.4 财务状况分析12.1.5 未来前景展望12.2 安徽江淮汽车股份有限公司12.2.1 企业发展概况12.2.2 经营效益分析12.2.3 业务经营分析12.2.4 财务状况分析12.2.5 未来前景展望12.3 上海通用汽车有限公司12.3.1 公司简介12.3.2上海通用经营状况12.4 北京现代汽车有限公司12.4.1 公司简介12.4.2北京现代经营状况12.5 广州本田汽车有限公司12.5.1 公司简介12.5.2广汽本田经营状况12.6 安徽奇瑞汽车有限公司12.6.1 公司简介12.6.2奇瑞汽车经营状况12.7 比亚迪汽车有限公司12.7.1 公司简介12.7.2比亚迪经营状况12.8 上海大众汽车有限公司12.8.1 企业简介12.8.2上海大众经营状况 第十三章 中国轿车行业投资分析13.1 汽车行业投资概况13.1.1 国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入13.1.2 国家投巨资支持央企开发汽车行业13.1.3 我国汽车行业具有持续性投资价值13.1.4 国内能源巨企纷纷投资汽车行业13.2 轿车行业投资前景13.2.1 政府不使用行政手段限制轿车投资13.2.2 我国轿车行业极具投资潜力13.2.3 微型轿车市场投资前景看好13.3 轿车行业投资风险分析13.3.1 轿车行业的进入壁垒风险13.3.2 轿车替代品带来的风险13.3.3 供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁13.3.4 轿车行业内企业的竞争风险13.4 轿车行业投资策略分析13.4.1 轿车行业投资策略13.4.2 轿车企业应积极采取措施应对风险 第十四章 轿车行业未来发展趋势及前景预测分析()14.1 汽车行业未来发展分析14.1.1 全球汽车产业发展趋势综述14.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期14.1.3 “十三五”新能源汽车产业化进程将加速14.1.4 “十三五”汽车工业发展的战略选择14.2 轿车行业未来发展预测14.2.1 未来我国轿车需求依然强劲14.2.2 2022-2028年中国轿车行业发展预测分析14.2.3 未来轿车将趋向多功能化14.2.4 现代柴油轿车发展将成必然趋势 附录：附录一：汽车产业发展政策附录二：新能源汽车生产准入管理规则附录三：汽车品牌销售管理实施办法附录四：汽车贸易政策附录五：报废汽车回收管理办法附录六：乘用车燃料消耗量限值标准

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270495.html>