

2020-2025年中国乘用车行业发展前景预测及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国乘用车行业发展前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/511167.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

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

第一章乘用车行业发展综述

第一节 乘用车行业定义及分类

一、乘用车的概念

二、乘用车品种分类

三、乘用车的功能

第二节 乘用车行业统计标准

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 乘用车行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、乘用车产业链的特征

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、钢铁行业发展状况

2、机械行业发展状况

3、橡胶行业发展状况

4、石化行业发展状况

5、电子行业发展状况

五、行业下游产业链相关行业分析

1、汽车保险行业发展状况

2、汽车金融行业发展状况

3、汽车销售行业发展状况

- 4、汽车维修行业发展状况
- 5、加油站行业发展状况
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二章乘用车行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 乘用车行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
 - 1、《关于加强乘用车企业平均燃料消耗量管理的通知》
 - 2、《汽车品牌销售管理实施办法》
 - 3、《新建纯电动乘用车生产企业投资项目和生产准入管理的暂行规定》
 - 4、《车辆购置税征收管理办法》
 - 5、《关于加强和改进机动车检验工作的意见》
 - 6、《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
- 三、行业相关发展规划
- 四、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国际宏观经济形势分析
 - 2、国内宏观经济形势分析
 - 3、产业宏观经济环境分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、乘用车产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、乘用车产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、乘用车技术分析
 - 1、技术水平总体发展情况
 - 2、我国乘用车行业新技术研究
- 二、乘用车技术发展水平
 - 1、我国乘用车行业技术水平所处阶段
 - 2、与国外乘用车行业的技术差距
- 三、2015-2019年乘用车技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章国际乘用车行业发展分析及经验借鉴

第一节 2015-2019年国际汽车所属行业运行简况

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

第二节全球乘用车市场总体情况分析

一、全球乘用车行业的发展特点

二、2015-2019年全球乘用车市场结构

三、2015-2019年全球乘用车行业发展分析

四、2015-2019年全球乘用车行业竞争格局

五、2015-2019年全球乘用车市场区域分布

六、2015-2019年国际重点乘用车企业运营分析

第三节全球主要国家（地区）市场分析

一、英国乘用车行业发展分析

1、英国乘用车行业发展现状

2、英国乘用车行业政策分析

3、英国乘用车行业发展特点

4、英国乘用车行业发展经验借鉴

二、法国乘用车行业发展分析

1、法国乘用车行业发展现状

2、法国乘用车行业政策分析

3、法国乘用车行业发展特点

4、法国乘用车行业发展经验借鉴

三、日本乘用车行业发展分析

1、日本乘用车行业发展现状

2、日本乘用车行业政策分析

3、日本乘用车行业发展特点

4、日本乘用车行业发展经验借鉴

四、美国乘用车行业发展分析

1、美国乘用车行业发展现状

2、美国乘用车行业政策分析

3、美国乘用车行业发展特点

4、美国乘用车行业发展经验借鉴

五、德国乘用车行业发展分析

- 1、德国乘用车行业发展现状
- 2、德国乘用车行业政策分析
- 3、德国乘用车行业发展特点
- 4、德国乘用车行业发展经验借鉴

第二部分行业深度分析

第四章中国乘用车行业的国际比较分析

第一节 中国乘用车行业的国际比较分析

- 一、中国乘用车行业竞争力指标分析
- 二、中国乘用车行业经济指标国际比较分析
 - 1、生产要素
 - 2、需求条件
 - 3、支援与相关产业
 - 4、企业战略、结构与竞争状态
 - 5、政府的作用

第二节全球乘用车行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

第三节全球乘用车行业市场供给分析

- 一、生产规模现状
- 二、全球车市销量分布
- 三、市场价格走势
- 四、重点市场分布

第四节我国自主品牌乘用车企业技术创新能力的国比较

- 一、国内外样本企业技术创新能力评价结果
- 二、评价结果分析
 - 1、国内和国外乘用车企业技术创新能力差距分析
 - 2、国内和国外乘用车企业技术创新能力差距来源分析
 - 三、国内乘用车企业技术创新能力差异分析
 - 四、国内乘用车企业技术创新能力差异来源分析
- 五、政策建议

第五章我国乘用车所属行业运行现状分析

第一节 我国乘用车行业发展状况分析

- 一、我国乘用车行业发展阶段
- 二、我国乘用车行业发展总体概况
- 三、我国乘用车行业发展特点分析
- 四、我国乘用车行业未来技术分析

第二节 2015-2019年乘用车行业发展现状

一、2015-2019年我国乘用车行业市场规模

- 1、我国乘用车行业营业收入规模
- 2、我国乘用车行业产能规模分析
- 3、我国乘用车行业投资规模分析
- 4、我国乘用车行业上牌数分析

二、2015-2019年我国乘用车行业发展分析

- 1、我国新能源乘用车发展情况
- 2、自主车企冲刺百万级规模
- 3、汽车拥抱互联网升级
- 4、利好政策密集出台
- 5、油价下跌对乘用车影响
- 6、第四阶段乘用车油耗限值发布
- 7、环保节能车型销售情况

三、2015-2019年中国乘用车企业发展分析

- 1、主要乘用车企业发展动态
- 2、乘用车企业市场集中度分析
- 3、我国乘用车企业经营特点分析

第三节 2019年乘用车市场情况分析

一、2019年中国乘用车市场总体概况

- 1、2019年中国乘用车市场增长分析
- 2、2019年中国上市新车情况
- 3、2019年中国乘用车企业销售排行分析
- 4、2019年中国乘用车各车型销售情况
- 5、2019年中国轿车销售情况

二、2019年中国乘用车产品市场发展分析

- 1、2019年中国乘用车市场销量
- 2、2019年中国乘用车自主品牌销售情况
- 3、2019年中国乘用车分排量销量情况

4、2019年乘用车市场销售情况

5、2019年乘用车主要品种产销情况

第四节我国乘用车市场价格走势分析

一、乘用车市场定价方法分析

二、乘用车市场定价的四大因素

三、2015-2019年乘用车产品价格走势分析

四、2020-2025年乘用车产品价格走势预测

第六章我国乘用车所属行业整体运行指标分析

第一节 2015-2019年中国乘用车所属行业总体规模分析

一、企业数量规模分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

第二节2015-2019年中国乘用车所属行业产销情况分析

一、我国乘用车所属行业工业总产值

二、我国乘用车所属行业工业销售产值

三、我国乘用车所属行业产销率

第三节2015-2019年中国乘用车所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四节2019年乘用车发展概况分析

一、国内乘用车发展分析

二、国外乘用车发展分析

第七章2020-2025年我国乘用车市场供需形势分析

第一节 乘用车行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

第二节我国乘用车市场供需分析

一、2015-2019年我国乘用车行业供给情况

1、我国乘用车行业供给分析

2、我国乘用车产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2015-2019年我国乘用车行业需求情况

1、乘用车行业需求市场

2、乘用车行业销售结构

3、乘用车行业需求的地区差异

三、2015-2019年我国乘用车行业供需平衡分析

第三节乘用车行业进出口市场分析

一、乘用车行业进出口综述

1、中国乘用车进出口的特点分析

2、中国乘用车进出口主要政策分析

3、中国乘用车进出口影响因素分析

二、乘用车行业出口市场分析

1、乘用车行业出口整体情况

2、乘用车行业出口总额分析

3、乘用车行业出口产品结构

4、乘用车海外市场分布情况

5、乘用车行业经营海外市场的主要品牌

三、乘用车所属行业进口市场分析

1、乘用车行业进口整体情况

2、乘用车行业进口总额分析

3、乘用车行业进口产品结构

4、我国乘用车进口主要国家及地区

5、进口品牌对乘用车行业的促进与影响

四、中国乘用车出口面临的挑战及对策

1、中国乘用车出口面临的挑战

2、中国乘用车行业未来出口展望

3、中国乘用车产品出口对策

第三部分市场全景调研

第八章乘用车行业产业结构分析

第一节 乘用车产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、领先企业的结构分析（所有制结构）

四、乘用车行业消费结构变化趋势

五、乘用车市场消费发展趋势

第二节轿车市场发展分析

- 一、轿车市场发展态势
- 二、轿车产销规模分析
 - 1、轿车产量规模分析
 - 2、轿车销量规模分析
 - 3、轿车分企业销量分析
- 三、轿车市场规模分析
- 四、中高级车市场竞争格局
- 五、自主品牌轿车发展策略
- 六、轿车行业发展前景分析

第三节SUV市场发展分析

- 一、SUV市场发展态势
- 二、SUV产销规模分析
 - 1、SUV产量规模分析
 - 2、SUV销量规模分析
- 三、SUV市场规模分析
- 四、自主SUV的品牌竞争格局
- 五、SUV行业发展前景分析
- 六、SUV市场及车型的发展趋势
- 七、SUV行业发展前景分析

第四节MPV市场发展分析

- 一、MPV市场发展态势
- 二、MPV产销规模分析
 - 1、MPV产量规模分析
 - 2、MPV销量规模分析
- 三、MPV市场规模分析
- 四、MPV市场自主品牌分析
- 五、MPV市场细分化趋势分析
- 六、MPV市场各车企业布局
- 七、MPV行业发展前景分析

第五节交叉型乘用车市场发展分析

- 一、交叉型乘用车市场发展态势
- 二、交叉型乘用车产销规模分析
 - 1、交叉型乘用车产量规模分析

- 4、交叉型乘用车销量规模分析
- 三、交叉型乘用车市场规模分析
- 四、交叉型乘用车竞争情况分析

第九章我国乘用车行业营销渠道扩张分析

第一节 乘用车行业渠道扩张模式分析

- 一、汽车4S店渠道模式分析
- 二、汽车交易市场渠道模式分析
- 三、汽车超市渠道模式分析
- 四、汽车园区渠道模式分析
- 五、网上销售渠道模式分析

第二节 乘用车行业营销模式分析

- 一、行业时尚营销模式分析
- 二、行业文化营销模式分析
- 三、行业展会营销模式分析
- 四、行业体育营销模式分析
- 五、行业网络营销模式分析
- 六、行业事件营销模式分析
- 七、行业概念营销模式分析
- 八、行业体验营销模式分析

第十章乘用车行业区域市场分析

第一节 华北地区乘用车行业分析

- 一、华北地区乘用车行业发展情况
- 二、华北地区乘用车行业发展特点
- 三、华北地区乘用车产销规模分析
 - 1、华北各省市轿车产销规模分析
 - 2、华北地区SUV产销规模分析
 - 3、华北地区MPV产销规模分析
 - 4、华北地区交叉型乘用车产销规模分析
 - 5、华北各省市乘用车产销结构分析
- 四、华北地区市场规模分析
 - 1、华北地区各省市市场规模分析
 - 2、华北地区总体市场规模分析
- 五、华北地区乘用车行业发展趋势分析

第二节东北地区乘用车行业分析

- 一、东北地区乘用车行业发展情况
- 二、东北地区乘用车行业发展特点
- 三、东北地区乘用车产销规模分析
 - 1、东北地区轿车产销规模分析
 - 2、东北地区SUV产销规模分析
 - 3、东北地区MPV产销规模分析
 - 4、东北地区交叉型乘用车产销规模分析
 - 5、东北地区乘用车产销结构分析
- 四、东北地区市场规模分析
 - 1、东北地区各省市市场规模分析
 - 2、东北地区总体市场规模分析
- 五、东北地区乘用车行业发展趋势分析

第三节华东地区乘用车行业分析

- 一、华东地区乘用车行业发展情况
- 二、华东地区乘用车行业发展特点
- 三、华东地区乘用车产销规模分析
 - 1、华东地区轿车产销规模分析
 - 2、华东地区SUV产销规模分析
 - 3、华东地区MPV产销规模分析
 - 4、华东地区交叉型乘用车产销规模分析
 - 5、华东地区乘用车产销结构分析
- 四、华东地区市场规模分析
 - 1、华东地区各省市市场规模分析
 - 2、华东地区总体市场规模分析
- 五、华东地区乘用车行业发展趋势分析

第四节华南地区乘用车行业分析

- 一、华南地区乘用车行业发展情况
- 二、华南地区乘用车行业发展特点
- 三、华南地区乘用车产销规模分析
 - 1、华南地区轿车产销规模分析
 - 2、华南地区SUV产销规模分析
 - 3、华南地区MPV产销规模分析
 - 4、华南地区交叉型乘用车产销规模分析
 - 5、华南地区乘用车产销结构分析

四、华南地区市场规模分析

1、华南地区各省市市场规模分析

2、华南地区总体市场规模分析

五、华南地区乘用车行业发展趋势分析

第五节华中地区乘用车行业分析

一、华中地区乘用车行业发展情况

二、华中地区乘用车行业发展特点

三、华中地区乘用车产销规模分析

1、华中各省市轿车产销规模分析

2、华中各省市SUV产销规模分析

3、华中各省市MPV产销规模分析

4、华中各省市交叉型乘用车产销规模分析

5、华中各省市乘用车产销结构分析

四、华中地区市场规模分析

1、华中地区各省市市场规模分析

2、华中地区总体市场规模分析

五、华中地区乘用车行业发展趋势分析

第六节西部地区乘用车行业分析

一、西部地区乘用车行业发展情况

二、西部地区乘用车行业发展特点

三、西部地区乘用车产销规模分析

1、西部地区轿车产销规模分析

2、西部各省市SUV产销规模分析

3、西部各省市MPV产销规模分析

4、西部各省市交叉型乘用车产销规模分析

5、西部各省市乘用车产销结构分析

四、西部地区市场规模分析

1、西部地区各省市市场规模分析

2、西部地区总体市场规模分析

五、西部地区乘用车行业发展趋势分析

第四部分竞争格局分析

第十一章2020-2025年乘用车行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、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

二、乘用车行业企业间竞争格局分析

三、乘用车行业集中度分析

四、乘用车行业SWOT分析

第二节中国乘用车行业竞争格局综述

一、乘用车行业竞争概况

二、中国乘用车行业竞争力分析

1、我国乘用车行业竞争力剖析

2、我国乘用车企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内乘用车企业竞争能力提升途径

三、中国乘用车产品竞争力优势分析

四、乘用车行业主要企业竞争力分析

五、中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析

第三节2015-2019年乘用车行业竞争格局分析

一、2015-2019年国内外乘用车竞争分析

二、2015-2019年我国乘用车市场竞争分析

三、2015-2019年我国乘用车市场集中度分析

四、2015-2019年国内主要乘用车企业动向

五、2015-2019年国内乘用车企业拟在建项目分析

第四节乘用车行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节中国乘用车企业发展战略分析

一、自主品牌车企进军海外策略

二、国内自主品牌车企进军高端市场战略

三、自主品牌新技术突围策略分析

第十二章乘用车行业领先企业经营形势分析

第一节 中国乘用车企业总体发展状况分析

一、乘用车企业主要类型

二、乘用车行业企业排名分析

第二节 中国领先乘用车企业经营形势分析

一、中国第一汽车集团公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业产销规模分析

5、企业产业布局分析

6、企业经营优势分析

二、上汽通用汽车有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业行业地位分析

5、企业经营优势分析

6、企业发展战略分析

三、北京汽车股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业行业地位分析

5、企业经营或产品优势分析

6、企业发展战略分析

四、中国长安汽车集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业行业地位分析

5、企业经营优势分析

6、企业发展战略分析

五、东风汽车公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业行业地位分析

5、企业经营优势分析

6、企业发展战略分析

六、长城汽车股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业行业地位分析

5、企业经营优势分析

6、企业发展战略分析

第三节中国领先乘用车销售企业经营形势分析

一、联拓集团

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业行业地位分析

4、企业经营优势分析

二、中国正通汽车服务控股有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业行业地位分析

5、企业经营优势分析

6、企业发展战略分析

三、浙江物产元通汽车集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售渠道分析

5、企业经营优势分析

6、企业发展战略分析

四、芜湖亚夏汽车股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业销售规模分析

5、企业营销网络分析

6、企业经营优势分析

7、企业发展战略分析

五、利丰企业集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业营销网络分析

4、企业发展战略分析

六、广州汽车集团商贸有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业销售渠道分析

4、企业经营分析

第五部分发展前景展望

第十三章2020-2025年乘用车行业前景及趋势预测

第一节 2020-2025年乘用车市场发展前景

一、2020-2025年乘用车市场发展潜力

二、2020-2025年乘用车市场发展前景展望

三、2020-2025年乘用车市场发展方向

四、2020-2025年乘用车细分行业发展前景分析

第二节2020-2025年乘用车市场发展趋势预测

一、2020-2025年乘用车行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、2020-2025年乘用车市场规模预测

1、乘用车行业市场容量预测

2、乘用车行业销售收入预测

3、中国乘用车售后市场前景预测

三、2020-2025年乘用车渠道网络发展趋势

1、渠道服务功能将日益凸显

2、网点布局均衡化

3、终端形态多样化

四、2020-2025年中国乘用车产品发展趋势分析

第三节2020-2025年中国乘用车行业供需预测

一、2020-2025年中国乘用车行业供给预测

二、2020-2025年中国乘用车行业产量预测

三、2020-2025年中国乘用车市场销量预测

四、2020-2025年中国乘用车行业需求预测

五、2020-2025年中国乘用车行业供需平衡预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章2020-2025年乘用车行业投资机会与风险防范

第一节 中国乘用车市场新进入者分析

一、中国乘用车市场新进入者市场表现分析

1、商用车企业进军轿车市场

二、中国乘用车市场新进入者发展存在的障碍

三、未来乘用车市场新进入者进入机会

第二节乘用车行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、乘用车行业投资现状分析

第三节2020-2025年乘用车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、可以投资的汽车模式

三、2019年汽车投资机会

四、2019年汽车投资新方向

第四节2020-2025年乘用车行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、产业政策环境风险分析

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险分析

五、技术风险分析

六、经营风险

七、其他风险

1、财务风险

2、企业出口风险分析

3、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五节乘用车行业投资建议

一、未来汽车投资方向分析

二、未来汽车行业技术开发方向

第六部分发展战略研究

第十五章2020-2025年乘用车行业面临的困境及对策

第一节 2019年乘用车行业面临的困境

一、研发经费投入不足

二、专业人才短缺

三、限购、限行城市增多

第二节乘用车企业面临的困境及对策

第三节中国乘用车行业存在的问题及对策

一、中国乘用车行业存在的问题

二、乘用车行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节中国乘用车市场发展面临的挑战与对策

一、中国乘用车市场发展面临的挑战

二、中国乘用车市场发展对策分析

第十六章乘用车行业发展战略研究

第一节 乘用车行业发展战略研究

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

第二节对我国乘用车品牌的战略思考

一、乘用车品牌的重要性

二、乘用车实施品牌战略的意义

三、乘用车企业品牌的现状分析

四、我国乘用车企业的品牌战略

五、乘用车品牌战略管理的策略

第三节乘用车经营策略分析

一、乘用车市场细分策略

二、乘用车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、乘用车新产品差异化战略

第四节乘用车行业投资战略研究

一、2019年乘用车行业投资战略

二、2020-2025年乘用车行业投资战略

第五节研究结论及发展建议

一、促进汽车消费市场发展的措施建议

二、中国汽车行业品牌国际化的对策建议

三、中国汽车行业可持续发展的措施

四、中国新能源汽车产业化发展建议

五、汽车产业未来发展应遵循的方向

图表目录：

图表：汽车产业链结构

图表：乘用车制造业构成

图表：乘用车产业与相关工业关系

图表：2015-2019年我国汽车保险行业实现保费收入走势图

图表：2019年乘用车品牌销量前十位排名

图表：2015-2019年全国人口总数

图表：2019年中国人口年龄结构

图表：2019年中国专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2015-2019年中国清洁能源消费量占能源消费总量的比重

图表：日产新产品开发和推出程序框架图

图表：几家国外大型公司近5年产品研发投资情况

图表：2015-2019年汽车制造厂家和零部件企业汽车产值和研发工作比例变化

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/511167.html>