

2019-2025年中国乘用车市场前景预测及投资规划 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国乘用车市场前景预测及投资规划研究报告》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/396093.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

2018年12月，狭义乘用车（轿车+SUV+MPV）零售销量达221.7万辆，同比下降19.2%，环比增长9.8%；2018年全年累计销量达2235万辆，同比下降5.8%。2018年全年狭义乘用车产量2309万辆，同比增速下降5%。

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 行业发展现状

第一章 中国乘用车行业发展概述

第一节 乘用车行业发展情况

第二节 最近3-5年中国乘用车行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第三节 关联产业发展分析

一、行业关联产业

二、关联行业的分类

第二章 中国乘用车行业的国际比较分析

第一节 中国乘用车行业竞争力指标分析

一、规模效应的要素

二、核心竞争力

三、规模优势转化为核心竞争力

第二节 中国乘用车行业经济指标国际比较分析

第三节 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

第四节 全球乘用车行业市场供给分析

一、市场价格走势

二、重点厂商分布

第二部分 行业深度透视

第三章 我国乘用车发展的环境分析

第一节 2014-2018年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

第二节 2014-2018年中国行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 政策环境分析

一、中国汽车业“十三五”规划

二、汽车产业发展政策

第四章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、乘用车行业需求市场

二、乘用车行业客户结构

三、乘用车行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、乘用车行业的需求预测

二、乘用车行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

- 一、总体市场价格指数走势
- 二、变动较大的厂商价格指数
- 三、细分市场价格指数走势

第五章 乘用车产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 主要环节的增值空间

- 一、设计
- 二、原材料
- 三、零件
- 四、大会
- 五、市场营销
- 六、分销和销售

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

- 一、进入壁垒
- 二、行业发展的动因

第四节 上下游行业影响及趋势分析

- 一、上游产业
- 二、下游产业

第六章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

- 一、整车制造
- 二、零部件体系
- 三、研发实力
- 四、长三角汽车集群的优势
- 五、长三角汽车集群的劣势

第二节 珠三角区域市场情况分析

- 一、珠三角产业集群基本现状和特点
- 二、珠三角产业集群发展的动因

第三节 环渤海区域市场情况分析

- 一、环渤海地区区位优势分析
- 二、汽车及零部件企业分布
- 三、汽车业综合实力分析
- 四、北京汽车集群状况

五、天津汽车集群状况

第四节 乘用车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第七章 2019-2025年需求预测分析

第一节 乘用车行业领域2019-2025年需求量预测

一、基本型乘用车（轿车）市场

二、轿车市场分析

三、多功能乘用车（MPV）

四、运动型多用途乘用车（SUV）

五、交叉型乘用车

六、我国乘用车的需求量预测

第二节 2019-2025年乘用车行业领域需求产品（服务）功能预测

一、乘用车行业售后服务消费特点

二、乘用车行业售后服务发展趋势预测

第三节 2019-2025年乘用车行业领域需求产品（服务）市场格局预测

第三部分 行业竞争格局

第八章 乘用车市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

第四节 乘用车行业竞争格局分析

一、2018年乘用车行业竞争分析

车企方面，2018年全年，狭义乘用车销量排名前三的企业是上汽大众、一汽大众、上汽通用，吉利汽车以年销147万辆排名第四。

二、2018年国内外乘用车竞争分析

三、2018年中国乘用车市场竞争分析

第九章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

第十章 前十大领先企业分析

第一节 上海汽车集团股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、市场拓展战略与手段分析

第二节 北汽福田汽车股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第三节 奇瑞汽车股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四节 浙江吉利控股集团有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第五节 北京现代汽车有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第六节 长安汽车集团有限责任公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

第七节 东风汽车集团股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

第八节 比亚迪股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九节 中国第一汽车集团公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节 广州汽车集团股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四部分 行业发展趋势

第十一章 2018年中国乘用车所属行业整体运行指标分析

第一节 中国乘用车所属行业总体规模分析

第二节 中国乘用车所属行业产销分析

一、行业产品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国乘用车行业SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、发展机遇

四、面临的挑战

第五部分 投资战略分析

第十三章 2019-2025年乘用车行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、产业发展有利因素

二、产业发展不利因素

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

一、新能源汽车行业

二、汽车零部件市场

三、电动车行业市场

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

第十四章 乘用车行业投资战略研究（AK LY）

第一节 乘用车行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国汽车品牌的战略思考

一、汽车品牌的重要性

二、汽车实施品牌战略的意义

三、汽车企业品牌的现状分析

四、我国汽车企业的品牌战略

五、汽车品牌战略管理的策略

第三节 乘用车经营策略分析

一、汽车市场细分策略

二、汽车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、汽车新产品差异化战略

第四节 乘用车行业投资战略研究

一、2018年乘用车行业投资战略

二、2018年汽车行业投资战略

三、2019-2025年汽车行业投资战略

图表目录：

图表 视力训练仪行业的生命周期

图表 汽车行业的关联产业

图表 2018年全球主要乘用车市场增速变化

图表 2018年全球乘用车产量占比分析

图表 2018年欧洲乘用车产量分析

图表 2018年美洲地区乘用车产量分析

图表 2018年亚太地区乘用车产量分析

图表 2018年非洲地区乘用车产量分析

图表 全球十大乘用车厂商

图表 2014-2018年国内生产总值及增长速度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/396093.html>