

2019-2025年中国乘用车行业市场前景预测及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国乘用车行业市场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/398453.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（passenger vehicle）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。

1-11月，乘用车产销分别完成2147.4万辆和2147.8万辆，产销量比上年同期分别下降3.4%和2.8%。乘用车四类车型产销情况看，轿车产销量比上年同期分别下降2.4%和1.4%；SUV产销首次呈现下降，分别下降0.4%和0.8%；MPV产销比上年同期分别下降18.7%和16.1%；交叉型乘用车产销比上年同期分别下降22%和18.1%。

2018年11月乘用车产销数据出炉。据乘联会数据显示，2018年11月中国狭义乘用车（即乘用车，分轿车、SUV、MPV）销量202万辆，环比增长3.4%，同比下滑18%；1-11月累计销量为2015.2万辆，同比下滑4%。

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 世界乘用车行业发展综述

第一节 世界乘用车行业发展状况

一、世界乘用车市场发展现状

二、世界乘用车需求分析

三、世界乘用车市场规模

第二节 世界乘用车行业技术分析

一、世界乘用车行业技术现状

二、世界乘用车行业技术发展趋势

第二章 中国乘用车行业发展环境分析及展望

第一节 中国宏观经济运行情况

一、国民生产总值（GDP）

二、工业生产与效益情况

三、固定资产投资情况

第二节 中国宏观经济发展环境展望

一、中国GDP预测

二、中国固定资产投资预测

三、中国对外贸易总额预测

四、影响中国工业经济发展的主要因素

第三章 2014-2018年中国乘用车所属行业发展现状综述

第一节 中国乘用车行业界定及主要产品

第二节 中国乘用车行业产业链分析

第四章 2014-2018年中国乘用车行业发展状况分析

11月，乘用车产销分别完成212.3万辆和217.3万辆，产销量比上月分别增长6%和6.2%；与上年同期相比，产销量分别下降20.5%和16.1%，继续呈现产销同比下降的情况，且降幅继续扩大。

一、2014-2018年中国乘用车市场供给分析

二、2014-2018年中国乘用车市场重点地区供给分析

三、2014-2018年中国乘用车行业集中度分析

四、2014-2018年中国乘用车市场需求分析

五、2014-2018年中国乘用车市场需求重点地区分析

第五章 中国乘用车产业总体发展状况

第一节 中国乘用车产业规模情况分析

一、产业单位规模情况分析

二、产业人员规模状况分析

三、产业资产规模状况分析

四、产业市场规模状况分析

第二节 市场壁垒

第三节 竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节 国际竞争力比较

第五节 市场集中度分析

第六章 中国乘用车行业区域营销策略分析

第一节 华北地区

一、乘用车行业区域营销环境分析

二、乘用车行业区域市场发展概况

三、乘用车行业区域营销优劣势分析

四、乘用车行业区域重点企业营销现状

五、乘用车行业区域重点品牌营销现状

第二节 华东地区

一、乘用车行业区域营销环境分析

二、乘用车行业区域市场发展概况

三、乘用车行业区域营销优劣势分析

四、乘用车行业区域重点企业营销现状

五、乘用车行业区域重点品牌营销现状

第三节 华南地区

一、乘用车行业区域营销环境分析

二、乘用车行业区域市场发展概况

三、乘用车行业区域营销优劣势分析

四、乘用车行业区域重点企业营销现状

五、乘用车行业区域重点品牌营销现状

第四节 东北地区

一、乘用车行业区域营销环境分析

二、乘用车行业区域市场发展概况

三、乘用车行业区域营销优劣势分析

四、乘用车行业区域重点企业营销现状

五、乘用车行业区域重点品牌营销现状

第五节 西南地区

一、乘用车行业区域营销环境分析

二、乘用车行业区域市场发展概况

三、乘用车行业区域营销优劣势分析

四、乘用车行业区域重点企业营销现状

五、乘用车行业区域重点品牌营销现状

第六节 西北地区

一、乘用车行业区域营销环境分析

二、乘用车行业区域市场发展概况

三、乘用车行业区域营销优劣势分析

四、乘用车行业区域重点企业营销现状

五、乘用车行业区域重点品牌营销现状

第七节 重点城市

第七章 乘用车行业上下游产业分析

第一节 乘用车上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对乘用车行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对乘用车行业的意义

第二节 乘用车下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对乘用车行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对乘用车行业的意义

第八章 乘用车企业竞争策略分析

第一节 乘用车市场竞争策略分析

第二节 乘用车企业竞争策略分析

- 一、2019-2025年中国乘用车市场竞争趋势
- 二、2019-2025年乘用车行业竞争策略分析

第九章 中国乘用车行业重点企业产品营销状况对比分析

第一节 上海汽车集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 北汽福田汽车股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 奇瑞汽车股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 浙江吉利控股集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 北京现代汽车有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 长安汽车集团有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 东风汽车集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 比亚迪股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九节 中国第一汽车集团公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节 广州汽车集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十章 乘用车行业发展策略分析

第一节 乘用车市场策略分析

- 一、乘用车价格策略分析
- 二、乘用车渠道策略分析

第二节 乘用车销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高乘用车企业竞争力的策略

- 一、影响乘用车企业核心竞争力的因素及提升途径

二、提高乘用车企业核心竞争力的策略

第四节 对我国乘用车品牌的战略思考

一、乘用车实施品牌战略的意义

二、乘用车企业品牌现状分析

三、乘用车品牌战略管理策略

第十一章 中国乘用车行业投资价值与投资策略分析（AK LT）

第一节 乘用车行业SWOT模型分析

一、乘用车优势分析

二、乘用车劣势分析

三、乘用车机会分析

四、乘用车风险分析

第二节 乘用车行业投资价值

一、乘用车行业发展前景分析

二、乘用车投资机会分析

第三节 乘用车行业投资风险分析

一、乘用车市场竞争风险

二、乘用车未来市场需求

三、乘用车技术风险分析

四、乘用车政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 乘用车行业投资策略分析

一、乘用车行业重点投资品种分析

二、乘用车行业重点投资地区分析

第十二章 专家投资建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/398453.html>