

2021-2026年中国轿车市场竞争策略及行业投资潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国轿车市场竞争策略及行业投资潜力预测报告》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/channel/van/692124.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

2020年中国基本型乘用车(轿车)产量为928.58万辆，同比下降89.7万辆；2020年中国基本型乘用车(轿车)月均产量为77.4万辆，同比下降7.5万辆。

2015-2020年中国基本型乘用车(轿车)产量统计图

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 2016-2020年汽车行业发展分析

2.1 2016-2020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 2019年世界汽车工业发展状况

2.1.3 2020年世界汽车工业发展状况

2.1.4 2020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 “十四五”时期中国汽车工业发展综述

2.2.4 中国汽车产业自主品牌发展分析

2.3 2016-2020年中国汽车行业发展分析

2.3.1 2020年中国汽车行业发展分析

2.3.2 2020年中国汽车工业运行状况

2.3.3 2020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 中国汽车产业仍大大而不强

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 2016-2020年国际轿车行业发展分析

3.1 2016-2020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 2020年美国轿车市场销量概况

3.2.2 2020年美国轿车市场最新销量概况

3.3 德国

3.3.1 2020年德国轿车行业发展概况

3.3.1 2020年德国轿车行业最新发展概况

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 2020年俄罗斯轿车行业产销概况

3.5.2 2020年俄罗斯轿车进出口概况

3.5.3 2020年俄罗斯轿车行业产销概况

3.5.4 2020年俄罗斯轿车行业最新产销概况

第四章 2016-2020年中国轿车行业状况

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况

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 2016-2020年中国轿车市场发展分析

4.2.1 2020年中国轿车行业发展状况

4.2.2 2020年中国轿车市场走势分析

4.2.3 2020年中国轿车行业发展状况

4.2.4 2020年中国轿车行业发展态势

4.3 2016-2020年全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析

2020年1-2月中国基本型乘用车(轿车)产量为75.08万辆，相比2019年同期减少了70.7万辆；3-12月期间，中国基本型乘用车(轿车)产量于11月达到最高值，为106.29万辆；在3月达到最低值，为54.57万辆。

2016-2020年中国基本型乘用车(轿车)产量月度对比

4.4 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国微型轿车发展分析

5.2.1 2020年我国微型轿车市场发展走势

5.2.2 2020年微型轿车市场自主品牌概况

5.2.3 2020年我国微型轿车市场发展分析

5.2.4 2020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 微型轿车将走俏市场

5.5.3 微型电动轿车前景广阔

第六章 2016-2020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 2020年中国经济型轿车市场分析

6.2.4 2020年中国经济型轿车市场形势分析

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 2016-2020年其他轿车细分市场分析

7.1 2016-2020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 2020年我国高档轿车市场分析

7.1.3 2020年国产豪华轿车市场分析

7.1.4 2020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 2016-2020年中高级轿车市场运行状况

7.2.2 2020年国内中高级轿车市场运行分析

7.2.3 2020年我国中高级轿车市场运行分析

7.2.4 2020年我国中高级轿车市场运行态势分析

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 中国轿车所属行业进出口分析

8.1中国轿车所属行业进出口状况分析

8.1.1 2018年中国轿车所属行业进出口数据

8.1.2 2019年中国轿车所属行业进出口数据

8.1.3 2020年中国轿车所属行业进出口数据

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

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 2016-2020年汽油小轿车所属行业进出口数据分析

8.3.1 2016-2020年主要国家汽油小轿车进口市场分析

8.3.2 2016-2020年主要国家汽油小轿车出口市场分析

8.3.3 2016-2020年主要省份汽油小轿车进口市场分析

8.3.4 2016-2020年主要省份汽油小轿车出口市场分析

8.4 2016-2020年柴油小轿车所属行业进出口数据分析

8.4.1 2016-2020年主要国家柴油小轿车进口市场分析

8.4.2 2016-2020年主要国家柴油小轿车出口市场分析

8.4.3 2016-2020年主要省份柴油小轿车进口市场分析

8.4.4 2016-2020年主要省份柴油小轿车出口市场分析

第九章 2016-2020年中国轿车市场竞争分析

9.1 2016-2020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 2019年我国轿车市场竞争格局概况

9.1.4 2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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则

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 2016-2020年轿车行业关联产业分析

11.1汽车零部件

11.2钢铁

11.2.1中国钢铁业发展历程

11.2.2 2019年我国钢铁行业运行分析

11.2.3 2020年我国钢铁行业运行分析

11.2.4 2020年我国钢铁行业最新运行分析

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 2019年我国石油行业运行状况

11.3.3 2020年我国石油行业运行状况

11.3.4 2020年我国石油行业最新运行状况

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 2019年中国橡胶行业运行状况

11.4.3 2020年中国橡胶行业运行状况

11.4.4 2020年中国橡胶行业最新运行状况

第十二章 2016-2020年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 企业发展简况分析

12.1.2 企业经营情况分析

12.1.3 企业经营优劣势分析

12.2 上海大众汽车有限公司

12.2.1 企业发展简况分析

12.2.2 企业经营情况分析

12.2.3 企业经营优劣势分析

12.3 上海通用汽车有限公司

12.3.1 企业发展简况分析

12.3.2 企业经营情况分析

12.3.3 企业经营优劣势分析

12.4 北京现代汽车有限公司

12.4.1 企业发展简况分析

12.4.2 企业经营情况分析

12.4.3 企业经营优劣势分析

12.5 广州本田汽车有限公司

12.5.1 企业发展简况分析

12.5.2 企业经营情况分析

12.5.3 企业经营优劣势分析

12.6 安徽奇瑞汽车有限公司

12.6.1 企业发展简况分析

12.6.2 企业经营情况分析

12.6.3 企业经营优劣势分析

12.7 比亚迪汽车有限公司

12.7.1 企业发展简况分析

12.7.2 企业经营情况分析

12.7.3企业经营优劣势分析

12.8安徽江淮汽车股份有限公司

12.8.1企业发展简况分析

12.8.2企业经营情况分析

12.8.3企业经营优劣势分析

第十三章 中国轿车行业投资分析

13.1汽车行业投资概况

13.2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「AKLT」

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“十四五”新能源汽车产业化进程将加速

14.1.4“十四五”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 2021-2026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

图表目录：

图表 国产汽车产品型号第二、三位数字含义

图表2016-2020年国内轿车市场份额变化比较

图表2016-2020年月度汽车销量变化情况

图表2016-2020年月度汽车销量同比变化情况

图表2016-2020年月度乘用车销量及同比变化情况

图表2016-2020年商用车月度销量及同比变化情况

图表2020年1.6l及以下乘用车销量及同比变化情况

图表2020年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况

图表2020年国内汽车销售市场占有率

图表2016-2020年月度汽车销量及同比变化情况

图表2016-2020年月度乘用车销量变化情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/van/692124.html>