

2017-2022年中国乘用车行业市场运营态势及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国乘用车行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/detail/302487.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

2016年1-9月，国内汽车销量1929万辆，同比+13.2%；其中，乘用车销量1669万辆，同比+14.8%，增速显著提升，主因汽车消费升级形成换代需求、且上年同期基数相对偏低。

2001-2016年国内汽车销量及同比增速

2001-2016年乘用车销量及同比增速

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 乘用车产业深度剖析 17

第一章 2011-2016年全球乘用车产业运行态势分析 17

第一节 2011-2016年国际汽车行业运行简况 17

一、世界汽车产业"整零"关系模式分析 17

二、世界汽车销量情况分析 22

三、全球汽车销量增长预测 25

第二节 2011-2016年世界乘用车行业市场运行情况分析 26

一、全球乘用车销售情况分析 26

二、全球各国乘用车销量情况 27

三、欧洲乘用车消费及注册情况 30

四、亚洲将成为全球最大的乘用车市场 34

第三节 2011-2016年部分国家地区乘用车市场动态分析 35

一、英国乘用车行业发展分析 35

二、捷克乘用车行业发展分析 35

三、日本乘用车行业发展分析 36

四、美国乘用车行业发展分析 36

五、德国乘用车行业发展分析 37

六、法国乘用车行业发展分析 37

第四节 2017-2022年全球乘用车市场趋势探析 38

第二章 2012-2016年中国乘用车行业运行新态势分析 39

第一节 2014年我国乘用车行业发展状况 39

- 一、2014年中国乘用车市场增长分析 39
- 二、2014年中国上市新车情况 40
- 三、2014年中国乘用车企业销售排行分析 40
- 四、2014年中国乘用车各车型销售情况 43
- 五、2014年中国轿车销售情况 43

第二节 2016年中国乘用车市场销量分析 44

一、2016年中国乘用车市场销量 44

2016年1-9月，乘用车销量1669万辆，同比+14.8%；其中SUV销售占比持续上升达35.6%。2016年1-9月，国内SUV销量594万辆，同比+45.8%，增速基本保持了过去两年的高增速水平，仍是整车市场中的最大亮点。

2005-2016年国内乘用车销量占比

2005-2016年SUV销量及同比增速

- 二、2016年中国乘用车自主品牌销售情况 45
 - 三、2016年中国乘用车分排量销量情况 47
 - 四、2016年乘用车市场销售情况 50
 - 五、2016年乘用车主要品种产销情况 51
- ### 第三节 2011-2016年中国乘用车行业供需分析 51
- 一、乘用车持续热销的原因 51
 - 二、我国乘用车终端需求分析 54
 - 三、乘用车市场供求及价格分析 54

第三章 2011-2016年中国乘用车行业经济运行分析 55

第一节 2011-2016年中国乘用车行业上牌数及政策分析 55

- 一、2011-2016年全国乘用车上牌数分析 55
- 二、乘用车购置税调整及影响分析 55

第二节 2011-2016年中国乘用车行业进出口分析 56

- 一、按贸易方式分乘用车进出口分析 57
- 二、2011-2016年中国乘用车进出口情况 57

第三节 2011-2016年中国乘用车在二三级市场动态分析 58

- 一、二三级市场乘用车消费需求分析 58

- 二、乘用车竞争情况 59
- 三、二三级市场的乘用车经销商和厂商应对策略 59
- 四、金融危机对乘用车销量的影响 60
- 五、金融危机下国内乘用车投资价值凸现 61

第四章 2011-2016年中国汽车行业产业运行形势分析 62

第一节 2011-2016年中国汽车工业发展分析 62

- 一、汽车生产情况分析 62
- 二、2009-2016年中国汽车工业经济运行情况分析 62
- 三、中国汽车企业并购与重组分析 67
- 四、汽车产业调整和振兴规划 68

第二节 2009-2016年中国汽车产销量分析 75

- 一、中国汽车产销量分析分析 75
- 二、中国载货汽车产销量分析 78
- 三、中国公路客车产销量分析 79
- 四、中国轿车产销量分析 81

第三节 2011-2016年中国汽车零部件行业分析 82

- 一、我国汽配市场发展状况分析 82
- 二、汽车零部件企业业绩分析 82
- 三、我国零部件企业并购情况 83
- 四、我国汽车制动系统零部件进出口数据 85

第五章 2011-2016年中国乘用车行业区域市场分析 87

第一节 2011-2016年华北地区乘用车行业分析 87

- 一、北京乘用车行业分析 87
- 二、天津乘用车行业分析 87
- 三、山西乘用车行业分析 88

第二节 2011-2016年东北地区乘用车行业分析 89

- 一、黑龙江乘用车行业分析 89
- 二、吉林省乘用车行业分析 90
- 三、辽宁省乘用车行业分析 90

第三节 2011-2016年华东地区乘用车行业分析 90

- 一、山东乘用车行业分析 90
- 二、浙江乘用车行业分析 91
- 三、福建乘用车行业分析 91

四、上海乘用车行业分析 92

第四节 2011-2016年华南地区乘用车行业分析 92

一、广东乘用车行业分析 92

二、广西乘用车行业分析 93

三、海南乘用车行业分析 93

第五节 2011-2016年华中地区乘用车行业分析 94

一、湖南乘用车行业分析 94

二、湖北乘用车行业分析 94

第六节 2011-2016年西南地区乘用车行业分析 95

一、四川乘用车行业分析 95

二、贵州乘用车行业分析 95

三、重庆乘用车行业分析 96

第七节 2011-2016年西北地区乘用车行业分析 96

一、陕西乘用车行业分析 96

二、甘肃乘用车行业分析 97

三、青海乘用车行业分析 97

第二部分 乘用车市场竞争力点评 98

第六章 2011-2016年中国乘用车行业竞争新格局透析 98

第一节 2011-2016年中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析 98

一、自主品牌、美系车、欧系车在中国三足鼎立 98

二、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较 99

三、自主品牌和合资品牌汽车差距分析 100

第二节 2011-2016年下半年中国狭义乘用车竞争格局 100

一、狭义乘用车各车系的表现 100

二、自主品牌分析 101

三、日系品牌走势 104

四、德系品牌走势 105

五、韩系品牌走势 105

第三节 2011-2016年中国乘用车行业竞争力分析 105

一、乘用车竞争的第一核心分析 105

二、2011-2016年自主品牌竞争力分析 109

三、2011-2016年海外豪华车分食乘用车市场 111

四、中国汽车业角逐世界市场关键分析 112

第七章 2011-2016年中国乘用车市场走势深度评估 114

第一节 2011-2016年下半年中国乘用车品牌走势 114

一、狭义乘用车主力车型市场表现 114

二、微型轿车主力品牌表现 123

三、小型车市场走势 126

四、紧凑型车市场走势 130

五、中高级车市场走势 136

六、高级轿车市场走势 138

七、MPV市场走势 141

八、SUV市场走势 141

九、微客市场走势 142

第二节 2011-2016年中国乘用车车市场增长分析 143

一、乘用车车型结构走势对比 143

二、乘用车各排量市场构成分析 146

第三节 2011-2016年中国乘用车发展状况分析 148

一、乘用车市场现状 148

二、自主品牌乘用车销售情况 149

第四节 2011-2016年中国乘用车行业利润分析 153

一、2011-2016年乘用车行业利润分析 153

二、2011-2016年乘用车上市公司利润分析 153

第三部分 乘用车细分市场透视 155

第八章 2011-2016年乘用车细分市场运行动态分析 155

第一节 2011-2016年轿车市场发展分析 155

一、2011-2016年轿车市场发展态势 155

二、2011-2016年轿车品牌销量排行榜 155

三、2011-2016年中高级车市场竞争格局 157

四、2011-2016年自主品牌轿车发展策略 160

第二节 2011-2016年SUV市场发展分析 162

一、2011-2016年SUV市场发展态势 162

二、2011-2016年自主SUV的品牌竞争格局 162

三、2011-2016年国内SUV市场发展情况 170

四、2011-2016年SUV产品销量排行情况 170

第三节 2011-2016年MPV市场发展分析 174

一、2011-2016年MPV市场发展态势 174

- 二、2011-2016年MPV市场竞争格局 174
- 三、2011-2016年MPV市场自主品牌分析 176
- 四、2011-2016年MPV市场细分化趋势分析 184

第九章 2011-2016年中国自主品牌乘用车运行走势分析 187

第一节 2011-2016年中国自主品牌乘用车行业现状 187

- 一、自主品牌的机遇和问题分析 187
- 二、三大自主品牌车企融资情况 190
- 三、自主品牌掀起中国汽车产业浪潮 192

第二节 2011-2016年中国自主品牌乘用车行业分析 193

- 一、成功的自主品牌所需的微车战略 193
- 二、2011-2016年中国乘用车自主品牌建设情况 195
- 三、自主品牌企业发展战略分析 196
- 四、自主品牌发展存在的问题 197
- 五、中国汽车业自主品牌的发展坐标 200

第十章 2011-2016年中国乘用车重点企业运营关键性财务数据分析（企业可自选） 202

第一节 上海大众汽车有限公司 202

- 一、企业概况 202
- 二、企业主要经济指标分析 204
- 三、企业盈利能力分析 205
- 四、企业偿债能力分析 205
- 五、企业运营能力分析 207
- 六、企业成长能力分析 208

第二节 一汽大众汽车有限公司 209

- 一、企业概况 209
- 二、企业主要经济指标分析 210
- 三、企业盈利能力分析 211
- 四、企业偿债能力分析 212
- 五、企业运营能力分析 214
- 六、企业成长能力分析 215

第三节 上海通用汽车有限公司 216

- 一、企业概况 216
- 二、企业主要经济指标分析 219
- 三、企业盈利能力分析 220

四、企业偿债能力分析 220

五、企业运营能力分析 222

六、企业成长能力分析 223

第四节 广州本田汽车有限公司 224

一、企业概况 224

二、企业主要经济指标分析 226

三、企业盈利能力分析 226

四、企业偿债能力分析 227

五、企业运营能力分析 229

六、企业成长能力分析 230

第五节 北京现代汽车有限公司 231

一、企业概况 231

二、企业主要经济指标分析 232

三、企业盈利能力分析 233

四、企业偿债能力分析 234

五、企业运营能力分析 236

六、企业成长能力分析 237

第六节 奇瑞汽车有限公司 238

一、企业概况 238

二、企业主要经济指标分析 240

三、企业盈利能力分析 241

四、企业偿债能力分析 242

五、企业运营能力分析 244

六、企业成长能力分析 245

第七节 一汽轿车股份有限公司 246

一、企业概况 246

二、企业主要经济指标分析 247

三、企业盈利能力分析 254

四、企业偿债能力分析 255

五、企业运营能力分析 255

六、企业成长能力分析 256

第四部分 乘用车市场前景与盈利预测 257

第十一章 2011-2016年中国乘用车市场新进入者分析 257

第一节 2011-2016年中国乘用车市场新进入者市场表现分析 257

- 一、商用车企业进军轿车市场 257
- 二、国外乘用车企 257
- 三、非汽车行业的企业 258
- 第二节 2011-2016年中国乘用车市场新进入者发展存在的障碍 258
 - 一、乘用车市场的进入门槛提高了 259
 - 二、外资全面渗透且竞争日趋激烈 259
 - 三、当前的市场环境对新进入者尤其不利 260
 - 四、乘用车市场新进入者的障碍 260
 - 五、选择的空间变小 262
- 第三节 未来乘用车市场新进入者进入机会 262
 - 一、未来中国乘用车市场的进入机会 262
 - 二、从乘用车市场的趋势看新进入者的机会 263

- 第十二章 2017-2022年中国乘用车行业投资策略解析 264
 - 第一节 乘用车市场新进入者的成功战略 264
 - 一、拿出强有力的产品 264
 - 二、建立中国特色的营销和渠道 264
 - 三、提高产品和服务的质量 264
 - 第二节 乘用车市场的新进入者的投资突破口 264
 - 一、要有成功的产品 265
 - 二、提高自主品牌的品牌溢价能力 265
 - 三、加强品质管理 265
 - 四、营销网络的搭建 267
 - 第三节 乘用车市场的新进入者的发展战略 269
 - 一、品牌定位策略 269
 - 二、市场战术 270
 - 三、产品战略 272

- 第十三章 2017-2022年中国乘用车行业发展趋势预测分析 275
 - 第一节 2017-2022年中国乘用车市场趋势分析 275
 - 一、2014年乘用车市场总体估计 275
 - 二、乘用车产品产能预测 278
 - 三、2014年狭义乘用车产品销售预测 279
 - 四、中国柴油乘用车发展前景分析 279
 - 第二节 2017-2022年中国乘用车产品发展趋势分析 279

- 一、我国乘用车未来的发展方向 279
- 二、2016年乘用车市场的增长趋势 282
- 三、2016年中国乘用车售后市场规模预测 282
- 第三节 未来乘用车渠道网络发展趋势 282
 - 一、渠道服务功能将日益凸显 282
 - 二、网点布局均衡化 283
 - 三、终端形态多样化 283

第十四章 2017-2022年中国乘用车企业发展战略分析 285

- 第一节 自主品牌车企进军海外策略 285
 - 一、自主品牌进军海外分析 285
 - 二、培育市场以带动就业 285
 - 三、热心公益尽企业责任 286
- 第二节 国内自主品牌车企进军高端市场战略 287
 - 一、自主品牌车企进军高端市场战略分析 287
 - 二、自主品牌车企进军高端市场问题探讨 287
 - 三、六大国有车企"自主品牌"战略分析 289
- 第三节 自主品牌新技术突围策略分析 292
 - 一、自主品牌押宝新能源 292
 - 二、传统动力实现突破 294
 - 三、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌 294

部分图表目录：

- 图表 1 2011-2016年全球乘用车销量分析 31
- 图表 2 2016年份南非乘用车(分制造商)销量明细 32
- 图表 3 2016年份新西兰乘用车(分制造商及品牌)销量 33
- 图表 4 2016年份阿根廷乘用车(分制造商)销量明细 34
- 图表 5 2016年份日本乘用车(分制造商)销售明细 35
- 图表 6 2016年份欧洲乘用车(分制造商及品牌)注册情况 35
- 图表 7 2016年份欧洲乘用车(分国别)注册情况 37
- 图表 8 2016年份西欧乘用车(分制造商及品牌)注册情况 38
- 图表 9 2011-2016年英国乘用车销量分析 40
- 图表 10 2011-2016年捷克乘用车销量分析 40
- 图表 11 2011-2016年日本乘用车销量分析 41

- 图表 12 2011-2016年美国乘用车销量分析 41
 - 图表 13 2011-2016年德国乘用车销量分析 41
 - 图表 14 2011-2016年法国乘用车销量分析 42
 - 图表 15 2017-2022年全球乘用车市场销量预测分析 42
 - 图表 16 2009-2016年我国乘用车销量及同比变化情况 44
 - 图表 17 2009-2016年我国1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况 45
 - 图表 18 狭义乘用车生产商销量排行榜(2014年国内销售综合数) 46
 - 图表 19 狭义乘用车生产商销量排行榜(2014年国内外销售批发数) 46
 - 图表 20 广义乘用车生产商销量排行榜(2014年国内销售综合数) 47
 - 图表 21 广义乘用车生产商销量排行榜(2014年国内外销售批发数) 47
 - 图表 22 2014年中国乘用车各车型销售情况 48
 - 图表 23 2014年中国轿车各车型销售情况 48
 - 图表 24 2014年-2016年乘用车产销量 49
 - 图表 25 2014年-2016年乘用车产销走势图 50
 - 图表 26 2014年-2016年乘用车分系列市场份额情况 51
 - 图表 27 2016年乘用车整体市场情况 51
 - 图表 28 2014年-2016年乘用车分系列市场份额变化情况 52
 - 图表 29 2014年-2016年乘用车分车型销售情况 53
 - 图表 30 2014年-2016年基本型乘用车（轿车）销售走势图 54
 - 图表 31 2014年-2016年SUV、MPV、交叉型汽车销售走势图 54
 - 图表 32 2014年乘用车销量情况表 55
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/302487.html>