

# 2021-2026年中国乘用车行业投资分析及发展战略 研究咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国乘用车行业投资分析及发展战略研究咨询报告》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/665494.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

受新冠疫情的冲击，2020年1-9月，我国汽车总销量为1710万辆，同比下降6.9%，其中乘用车1-9月销1336万辆，同比下降12.3%。一季度之后，随着新冠疫情的影响逐渐消退，乘用车行业销量迅速回暖，预计2020年四季度行业销量将有所增长，预计销量达到667万辆，2020年整年乘用车批发销量为2002万辆，同比增长0.96%；2021年有望实现全年15.53%的增长。

### 2018-2021年我国乘用车批发销量统计情况

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 乘用车行业运行环境

##### 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、行业定义

###### 二、行业主要产品分类

###### 三、行业主要商业模式

###### 1、4S店模式

###### 2、O2O模式

###### 3、大型汽车贸易园区

##### 第二节 乘用车行业特征分析

###### 一、产业链分析

###### 二、乘用车行业在国民经济中的地位

###### 三、乘用车行业生命周期分析

###### 1、行业生命周期理论基础

###### 2、乘用车行业生命周期

##### 第三节 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

###### 1、进入壁垒

###### 2、退出壁垒

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第二章 2020年中国乘用车行业运行环境分析

第一节 乘用车行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《汽车产业发展政策》

2、《汽车品牌销售管理实施办法》

3、《汽车贸易政策》

4、《汽车产品回收利用技术政策》

5、《新能源汽车生产准入管理规则》

6、《新能源汽车生产企业及产品准入管理规则》

7、《节能与新能源汽车产业规划（2016-2020）》

8、《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》

三、行业相关发展规划

第二节 乘用车行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 乘用车行业社会环境分析

一、乘用车产业社会环境

1、人口环境

2、生态环境分析

3、中国城镇化率

4、居民的各种消费观念和习惯

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 乘用车行业技术环境分析

一、乘用车技术分析

二、乘用车技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第二部分 乘用车行业发展现状

第三章 2020年中国乘用车行业运行分析

第一节 乘用车行业发展状况分析

- 一、乘用车行业发展阶段
- 二、乘用车行业发展总体概况
- 三、乘用车行业发展特点分析
- 第二节 区域市场分析
  - 一、区域市场分布总体情况
  - 二、重点省市市场分析
- 第三节 乘用车细分产品/服务市场分析
  - 一、细分产品/服务特色
    - 1、MPV的特点
    - 2、SUV的特点
  - 二、细分产品/服务市场规模及增速
  - 三、重点细分产品/服务市场前景预测
    - 1、SUV
    - 2、MPV
- 第四节 乘用车产品/服务价格分析
  - 一、乘用车价格走势
  - 二、影响乘用车价格的关键因素分析
    - 1、成本
    - 2、供需情况
    - 3、关联产品
    - 4、其他
  - 三、2021-2026年乘用车产品/服务价格变化趋势
  - 四、主要乘用车企业价位及价格策略
- 第四章 2020年中国乘用车所属行业整体运行指标分析
  - 第一节 乘用车所属行业总体规模分析
    - 一、企业数量结构分析
    - 二、人员规模状况分析
    - 三、行业资产规模分析
    - 四、行业市场规模分析
  - 第二节 乘用车所属行业产销情况分析
    - 一、乘用车所属行业工业总产值
    - 二、乘用车所属行业工业销售产值
    - 三、乘用车所属行业产销率
  - 第三节 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

# 第五章 2020年中国乘用车行业供需形势分析

## 第一节 乘用车行业供给分析

### 一、乘用车行业供给分析

#### 二、2016-2020年乘用车行业供给变化趋势

#### 三、乘用车行业区域供给分析

## 第二节 乘用车行业需求情况

### 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

## 第三节 乘用车市场应用及需求预测

### 一、乘用车应用市场总体需求分析

#### 1、乘用车应用市场需求特征

#### 2、乘用车应用市场需求总规模

### 二、2021-2026年乘用车行业领域需求量预测

#### 1、2021-2026年乘用车行业领域需求产品/服务功能预测

#### 2、2021-2026年乘用车行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 三、重点行业乘用车产品/服务需求分析预测

## 第三部分 乘用车产业结构分析

# 第六章 2020年中国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

2014-2019年我国自主品牌依靠紧SUV市场的快速扩容红利期，实现了快速成长，但自2017年自主品牌进入下行通道开始，自主品牌在车市下行通道中持续承压，一线和二线自主品牌分化差异明显：2020年前三季度一线自主品牌CR6为61.5%，较2019年的56.2%继续大幅提升。

2009-2020年9月我国自主品牌整车企业各车型销量

### 二、各细分市场领先企业排名

#### 1、轿车

#### 2、SUV

#### 3、MPV

#### 4、交叉型

### 三、各细分市场占总市场的结构比例

#### 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

#### 第二节 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

###### 1、产业价值链的定义

###### 2、汽车产业价值链的构成

##### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

#### 第三节 产业结构发展预测

##### 一、产业结构调整指导政策分析

##### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

##### 三、中国乘用车行业参与国际竞争的战略市场定位

###### 1、总成本领先战略

###### 2、差异化战略

###### 3、重点集中战略

###### 4、企业竞争战略

###### 5、市场定位

##### 四、产业结构调整方向分析

#### 第七章 2020年中国乘用车行业产业链分析

##### 第一节 乘用车行业产业链分析

##### 一、产业链结构分析

##### 二、主要环节的增值空间

###### 1、设计

###### 2、原材料

###### 3、零件

###### 4、大会

###### 5、市场营销

###### 6、分销和销售

##### 三、与上下游行业之间的关联性

##### 第二节 乘用车上游行业分析

##### 一、乘用车产品成本构成

##### 二、上游行业发展现状

###### 1、原材料工业

###### 2、设备制造业

##### 三、2021-2026年上游行业发展趋势

###### 1、塑料行业发展趋势

###### 2、橡胶行业发展趋势

### 3、铝行业发展趋势

### 4、钢铁行业发展趋势

## 四、上游供给对乘用车行业的影响

### 第三节 乘用车下游行业分析

#### 一、乘用车下游行业分布

#### 二、下游行业发展现状

##### 1、交通运输行业

##### 2、汽车销售行业

##### 3、汽车服务行业

#### 三、2021-2026年下游行业发展趋势

##### 1、汽车服务行业

##### 2、轨道交通行业

#### 四、下游需求对乘用车行业的影响

## 第八章 2020年中国乘用车行业渠道分析及策略

### 第一节 乘用车行业渠道分析

#### 一、渠道形式及对比

#### 二、各类渠道对乘用车行业的影响

#### 三、主要乘用车企业渠道策略研究

### 第二节 乘用车行业用户分析

#### 一、用户认知程度分析

#### 二、用户需求特点分析

##### 1、功能

##### 2、质量

##### 3、价格

##### 4、外观

##### 5、服务

#### 三、用户购买途径分析

### 第三节 乘用车行业营销策略分析

#### 一、中国乘用车营销概况

#### 二、乘用车营销策略探讨

##### 1、汽车服务营销理论

##### 2、汽车品牌营销策略

##### 3、汽车产品策略

#### 三、乘用车营销发展趋势

## 第四部分 乘用车行业竞争格局



## 第九章 2020年中国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

#### 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

##### 1、优势分析

##### 2、劣势分析

##### 3、发展机遇

##### 4、面临的挑战

### 第二节 乘用车行业竞争格局综述

#### 一、乘用车行业竞争概况

##### 1、中国乘用车行业竞争格局

##### 2、乘用车行业未来竞争格局和特点

##### 3、乘用车市场进入及竞争对手分析

#### 二、中国乘用车行业竞争力分析

##### 1、中国乘用车行业竞争力剖析

##### 2、中国乘用车企业市场竞争的优势

##### 3、国内乘用车企业竞争能力提升途径

#### 三、乘用车市场竞争策略分析

## 第十章 中国乘用车主要生产企业发展概述

### 第一节 上海汽车集团股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业优势分析

#### 三、产品/服务特色

#### 四、经营状况

### 第二节 北汽福田汽车股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业优势分析

#### 三、产品/服务特色

#### 四、经营状况

##### 第三节 奇瑞汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况

##### 第四节 浙江吉利控股集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况

##### 第五节 北京现代汽车有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况

##### 第六节 长安汽车集团有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况

##### 第七节 东风汽车集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况

##### 第八节 比亚迪股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况

##### 第九节 中国第一汽车集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色

#### 四、经营状况

##### 第十节 广州汽车集团股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、企业优势分析

###### 三、主营业务

###### 四、经营状况

#### 第四部分 乘用车行业投资前景

##### 第十一章 2021-2026年中国乘用车行业投资前景分析

###### 第一节 乘用车市场发展前景

###### 一、乘用车市场发展潜力

###### 二、乘用车市场发展前景展望

###### 三、乘用车细分行业发展前景分析

###### 1、SUV

###### 2、MPV

###### 3、轿车

###### 第二节 乘用车市场发展趋势预测

###### 一、乘用车行业发展趋势

###### 二、乘用车市场规模预测

###### 三、2021-2026年细分市场发展趋势预测

###### 第三节 乘用车行业供需预测

###### 一、乘用车行业供给预测

###### 二、乘用车行业需求预测

###### 三、乘用车供需平衡预测

###### 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

##### 第十二章 2021-2026年中国乘用车行业投资机会与风险分析

###### 第一节 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

###### 第二节 乘用车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 乘用车行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、市场竞争风险及防范

五、宏观经济风险及防范

六、关联产业风险及防范

七、其他风险及防范

1、不确定性风险

2、外资进入现状及对未来市场的威胁

3、财务风险

第十三章 2021-2026年中国乘用车行业投资战略研究

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 乘用车新产品差异化战略

一、乘用车行业投资战略

二、汽车行业投资战略

三、细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 乘用车行业研究结论（AKLXR）

第二节 乘用车行业投资价值评估

第三节 乘用车行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

1、新能源汽车行业

2、汽车零部件市场

### 3、电动车行业市场

#### 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 视力训练仪行业的生命周期

图表 家用汽车产品经营者义务

图表2020年中国经济数据

图表VCU组成结构图

图表VCU技术参数

图表MCU组成

图表MCU技术参数

图表 电池包组成

图表 应用层软件架构

图表BMS技术参数

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/van/665494.html>