

2017-2022年中国乘用车产 业深度调研与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国乘用车产业深度调研与投资趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201611/22-219284.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一部分 乘用车产业深度剖析17

第一章 2013-2016年全球乘用车产业运行态势分析17

第一节 2013-2016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 2013-2016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 2013-2016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 2015-2016年中国乘用车行业运行新态势分析39

第一节 2016年我国乘用车行业发展状况39

一、中国乘用车市场增长分析39

二、中国上市新车情况40

三、中国乘用车企业销售排行分析40

四、中国乘用车各车型销售情况43

五、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、中国乘用车市场销量44
- 二、中国乘用车自主品牌销售情况45
- 三、中国乘用车分排量销量情况47
- 四、乘用车市场销售情况50
- 五、乘用车主要品种产销情况51
- 第三节 2015-2016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 2013-2016年中国乘用车行业经济运行分析55

第一节 2013-2016年中国乘用车行业上牌数及政策分析55

- 一、2013-2016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 2013-2016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、2013-2016年中国乘用车进出口情况57

第三节 2013-2016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 2013-2016年中国汽车行业产业运行形势分析62

第一节 2013-2016年中国汽车工业发展分析62

- 一、汽车生产情况分析62
- 二、2013-2016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 2013-2016年中国汽车产销量分析75

- 一、中国汽车产销量分析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 2013-2016年中国汽车零部件行业调研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 2013-2016年中国乘用车行业区域市场调研87

第一节 2013-2016年华北地区乘用车行业调研87

一、北京乘用车行业调研87

二、天津乘用车行业调研87

三、山西乘用车行业调研88

第二节 2013-2016年东北地区乘用车行业调研89

一、黑龙江乘用车行业调研89

二、吉林省乘用车行业调研90

三、辽宁省乘用车行业调研90

第三节 2013-2016年华东地区乘用车行业调研90

一、山东乘用车行业调研90

二、浙江乘用车行业调研91

三、福建乘用车行业调研91

四、上海乘用车行业调研92

第四节 2013-2016年华南地区乘用车行业调研92

一、广东乘用车行业调研92

二、广西乘用车行业调研93

三、海南乘用车行业调研93

第五节 2013-2016年华中地区乘用车行业调研94

一、湖南乘用车行业调研94

二、湖北乘用车行业调研94

第六节 2013-2016年西南地区乘用车行业调研95

一、四川乘用车行业调研95

二、贵州乘用车行业调研95

三、重庆乘用车行业调研96

第七节 2013-2016年西北地区乘用车行业调研96

一、陕西乘用车行业调研96

二、甘肃乘用车行业调研97

三、青海乘用车行业调研97

第二部分 乘用车市场竞争力点评98

第六章 2013-2016年中国乘用车行业竞争新格局透析98

第一节 2013-2016年中国自主品牌与合资品牌竞争力分析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 2013-2016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 2013-2016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、2013-2016年自主品牌竞争力分析109

三、2013-2016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 2013-2016年中国乘用车市场走势深度评估114

第一节 2013-2016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 2013-2016年中国乘用车市场增长分析	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 2013-2016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 2013-2016年中国乘用车行业利润分析	153
一、2013-2016年乘用车行业利润分析	153
二、2013-2016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 2013-2016年乘用车细分市场运行动态分析155

第一节 2013-2016年轿车市场发展分析155

- 一、2013-2016年轿车市场发展态势155
- 二、2013-2016年轿车品牌销量排行榜155
- 三、2013-2016年中高级车市场竞争格局157
- 四、2013-2016年自主品牌轿车投资策略160

第二节 2013-2016年SUV市场发展分析162

- 一、2013-2016年SUV市场发展态势162
- 二、2013-2016年自主SUV的品牌竞争格局162
- 三、2013-2016年国内SUV市场发展情况170
- 四、2013-2016年SUV产品销量排行情况170

第三节 2013-2016年MPV市场发展分析174

- 一、2013-2016年MPV市场发展态势174
- 二、2013-2016年MPV市场竞争格局174
- 三、2013-2016年MPV市场自主品牌分析176
- 四、2017-2022年MPV市场细分化趋势分析184

第九章 2013-2016年中国自主品牌乘用车运行走势分析187

第一节 2013-2016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 2013-2016年中国自主品牌乘用车行业调研193

一、成功的自主品牌所需的微车战略193

二、2013-2016年中国乘用车自主品牌建设情况195

三、自主品牌企业投资前景分析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 2013-2016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 2013-2016年中国乘用车市场新进入者分析257

第一节 2013-2016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 2013-2016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、选择的空間变小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前景研究解析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投资前景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、2016年乘用车市场总体估计275
- 二、乘用车产品产能预测278
- 三、2016年狭义乘用车产品销售预测279
- 四、中国柴油乘用车趋势预测分析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年中国乘用车企业投资前景分析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
- 略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201611/22-219284.html>