

2020-2026年中国汽车销售 市场深度研究与投资战略报告

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

《2020-2026年中国汽车销售市场深度研究与投资战略报告》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/R0505/202003/03-337253.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

从2009年中国乘用车产销首次突破1000万辆，达到1360万辆后，高速发展持续了多年，6年之后的2015年，乘用车产销量突破了2000万辆，此后车市进入微增长时代。

3年后的2019年，中国汽车市场出现拐点，产销量首次告别增长出现下滑。2019年10月狭义乘用车零售195万辆，与2017年同期相比下降13.2%。2019年10月部分汽车品牌库存情况

全国消费者购车关注因素在区域上有一定的差异，但整体来看，安全性（44%）舒适性（34%）与质量（31%）是消费者最为看重的因素。购车关注因素

购车付款方式的革新也尤为值得关注。随着数字化渗透到生活的方方面面，全款购车的消费者数量逐渐减少，选择贷款方式购车的比例在逐渐增加（30%），此现象于年轻消费者上体现最为明显。这样的群体具有提前消费的意识及较强的金融理财意识。

此外，很多厂商通过低息或无息贷款的手段进行变相促销，以刺激更多消费者选择贷款购车的方式。购车付款方式

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国汽车销售市场深度研究与投资战略报告》共十一章。首先介绍了中国汽车销售行业市场发展环境、汽车销售整体运行态势等，接着分析了中国汽车销售行业市场运行的现状，然后介绍了汽车销售市场竞争格局。随后，报告对汽车销售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车销售行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车销售产业有个系统的了解或者想投资中国汽车销售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 汽车销售行业基本概述

第一节 行业定义、地位及作用

一、汽车销售行业研究背景

二、汽车销售行业研究方法及依据

三、汽车销售行业研究基本前景概况

四、行业定义和范围

五、行业在国民经济中的地位与作用

第二节 行业汽车销售品质及特点

一、行业汽车销售品质

二、行业特点

第三节 2019年中国汽车销售所属行业经济指标分析

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

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第二章 2019年中国汽车销售行业宏观环境分析

第一节 2019年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外销售&进出口

十五、城镇人员从业状况

十六、宏观经济环境对行业下游的影响分析

第二节 汽车销售产业政策环境变化及影响分析

第三节 汽车销售产业社会环境变化及影响分析

第三章 2019年中国汽车销售所属行业运行态势分析

第一节 2013-2019年汽车销售所属行业市场运行状况分析

第二节 2019年中国汽车销售所属行业市场热点分析

第三节 2019年中国汽车销售所属行业市场存在的问题分析

第四节 2020-2026年中国汽车销售行业发展面临的新挑战分析

第四章 2013-2019年中国汽车销售所属行业监测数据分析

第一节 2013-2019年中国汽车销售所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

第二节 2019年中国汽车销售所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、汽车销售收入结构分析

1、不同类型分析

第三节 2013-2019年中国汽车销售所属行业产值分析

二、汽车工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2019年中国汽车销售所属行业成本费用分析

一、汽车销售成本统计

二、费用统计

第五节 2013-2019年中国汽车销售所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 中国汽车销售国内市场综述

第一节 中国汽车销售产品产量分析及预测

一、汽车销售产业总体产能规模

二、汽车销售生产区域分布

三、2013-2019年产量

四、2013-2019年消费情况

第二节 中国汽车销售市场需求分析及预测

2019年的形势比较不好，从4月份开始有点下滑，6月份一直到11月份连续5个月是负增长，10月份零售量大概超过14%负增长。”上汽通用总经理王永清向蓝鲸汽车记者透露，“现在整个行业库存系数大概在1.8多，库存高的可以超过2。”

根据国际汽车行业通行的惯例，库存系数在0.8~1.2之间，反映库存处在合理范围;库存系数> 1.5，反映库存达到警戒水平，需要关注;库存系数>2.5，反映库存过高，经营压力和风险都非常大。

2019年10月汽车经销商库存系数为1.88，其中长安汽车、比亚迪、长安福特、吉利汽车以及江淮汽车等5个品牌的库存系数超过了2.5，最高达到2.9，而别克、北京现代、荣威、捷豹路虎和斯柯达等品牌的库存系数也超过了2.0。

2019年汽车行业整体批发量为2380万至2400万，将同比下滑3.5%-4.6%;零售量更低，大概为2340万到2360万台，同比下滑超过5%。

汽车市场经历了过去长期的双位数增长之后，2017年开始进入低速增长。相比以往，“金九银十”的火爆销售场面已不复存在。现已进入2019年第四季度的中期，目前中国汽车市场的增长态势面临着严峻的挑战。2010-2019年中国狭义乘用车市场销量及同比增长走势

一、中国汽车销售需求特点

二、主要地域分布

第三节 2020-2026年中国汽车销售供需平衡预测

第四节 中国汽车销售价格趋势分析

一、中国汽车销售2013-2019年价格趋势

二、中国汽车销售当前市场价格及分析

三、影响汽车销售价格因素分析

四、2020-2026年中国汽车销售价格走势预测

第六章中国汽车销售行业重点区域分析及前景

第一节 华北地区

一、华北地区汽车销售产销情况

二、华北地区汽车销售行业市场规模

三、华北地区汽车销售行业发展前景

第二节 华东地区

一、华东地区汽车销售产销情况

二、华东地区汽车销售行业市场规模

三、华东地区汽车销售行业发展前景

第三节 东北地区

一、东北地区汽车销售产销情况

二、东北地区汽车销售行业市场规模

三、东北地区汽车销售行业发展前景

第四节 华中地区

一、华中地区汽车销售产销情况

二、华中地区汽车销售行业市场规模

三、华中地区汽车销售行业发展前景

第五节 华南地区

一、华南地区汽车销售产销情况

二、华南地区汽车销售行业市场规模

三、华南地区汽车销售行业发展前景

第六节 西南地区

一、西南地区汽车销售产销情况

二、西南地区汽车销售行业市场规模

三、西南地区汽车销售行业发展前景

第七节 西北地区

一、西北地区汽车销售产销情况

二、西北地区汽车销售行业市场规模

三、西北地区汽车销售行业发展前景

第七章 汽车销售重点企业分析

第一节 中升集团控股有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第二节 芜湖亚夏汽车股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第三节 中国永达汽车服务控股有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第四节 中国正通汽车服务控股有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第五节 庞大汽贸集团股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第六节 上海申华控股股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第七节 中国润东汽车集团有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第八节 联拓集团

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第八章 中国汽车销售行业市场竞争分析

第一节 行业竞争环境分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 市场竞争策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、推广策略

第三节 汽车销售行业市场竞争趋势分析

一、汽车销售行业竞争格局分析

二、汽车销售典型企业竞争策略分析

三、汽车销售行业竞争趋势分析

第四节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第九章 中国汽车销售产业国际竞争力分析

第一节 中国汽车销售产业上下游环境分析

第二节 中国汽车销售产业环节分析

第三节 中国汽车销售企业盈利模型研究分析

一、核心竞争力

二、战略思想

三、盈利模型

第四节 汽车销售企业世界竞争力比较优势

一、生产要素

二、需求条件

三、配套与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府推动作用

第五节 中国汽车销售企业竞争策略研究

一、供应汽车销售一体化战略

二、业务延伸及扩张策略

三、品牌管理策略

四、多元化经营策略

第十章 2020-2026年中国汽车销售行业发展趋势展望分析

第一节 2020-2026年中国汽车销售行业发展前景展望

一、汽车销售行业市场蕴藏的商机探讨

二、“十三五”规划对汽车销售行业影响研究

第二节 2020-2026年中国汽车销售行业发展趋势分析

第三节 2020-2026年中国汽车销售行业运行状况预测

一、中国汽车销售行业工业总产值预测

二、中国汽车销售行业汽车销售收入预测

三、中国汽车销售行业利润总额预测

四、中国汽车销售行业总资产预测

第十一章 2020-2026年中国汽车销售行业投资风险分析及建议

第一节 2020-2026年中国汽车销售行业投资风险分析

一、宏观风险

二、微观风险

三、其他风险

第二节 2020-2026年中国汽车销售行业投资风险的防范和对策

一、风险规避

二、风险控制

三、风险转移

四、风险保留

第三节 2020-2026年中国汽车销售行业投资策略分析

一、把握国家投资的契机

二、竞争汽车销售战略联盟的实施

三、市场重点客户战略实施

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202003/03-337253.html>