

2022-2028年中国MPV行业深度研究与发展前景预测报告

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

《2022-2028年中国MPV行业深度研究与发展前景预测报告》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/R0505/202201/14-449006.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

MPV (multi-Purpose Vehicles) ，多用途汽车，是从旅行轿车演变而来，它集旅行车宽大乘员空间、轿车的舒适性、和厢式货车的功能于一身，一般为两厢式结构，可以坐7-8人。

从严格意义上说，MPV是主要针对家庭用户的车型，那些从商用厢型车改制成的、针对团体顾客的乘用车还不能算做真正的MPV。MPV的空间要比同排量的轿车相对大些，也存在着尺寸规格之分，但不像轿车那么细。

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国MPV行业深度研究与发展前景预测报告》共八章。首先介绍了MPV行业市场发展环境、MPV整体运行态势等，接着分析了MPV行业市场运行的现状，然后介绍了MPV市场竞争格局。随后，报告对MPV做了重点企业经营状况分析，最后分析了MPV行业发展趋势与投资预测。您若想对MPV产业有个系统的了解或者想投资MPV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家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2020年国际MPV市场运行状况分析

第一节2020年全球MPV行业环境浅析

一、经济环境分析

二、政策环境分析

三、全球汽车产业运行概况

第二节2020年全球MPV市场运行分析

一、全球MPV销量整体销售情况

二、全球MPV重点品牌销量分析

第三节2020年全球部分国家及地区MPV市场分析

一、英国MPV市场分析

1、2020年英国汽车销量分析

2、2020年英国MPV销量分析

3、2020年英国汽车救市分析

二、德国MPV市场分析

- 1、德国MPV行业分析
- 2、2020年德国MPV销量分析
- 3、德国MPV销量预测
- 三、日本MPV市场分析
- 1、2020年日本MPV产量分析
- 2、2020年日本MPV销量分析
- 3、日本MPV销量预测
- 四、美国MPV市场分析
- 1、2020年美国MPV销量分析
- 2、美国MPV市场预测
- 3、美国MPV销量预测
- 五、其他国家MPV市场分析
- 1、俄罗斯MPV市场分析
- 2、韩国MPV发展形势
- 3、印度MPV市场分析
- 4、越南MPV市场分析
- 5、澳大利亚MPV市场

第二章 2020年中国MPV行业运行环境解析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

- 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、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口
- 十、中国汽车产业在国民经济中地位分析

第二节 2020年中国MPV市场政策环境解析

- 一、汽车产业基本法规制度进一步完善

- 二、国三排放标准如期施行，节能减排势在必行
- 三、税制改革趋于清晰化和合理化
- 四、跨国公司加大对国内经销商控制，品牌销售管理办法引发争议
- 五、原油成品油经营权开放
- 六、<汽车侧面碰撞的乘员保护>和<乘用车后碰撞燃油系统安全要求>的颁布
- 七、<汽车产品回收利用技术政策>的发布
- 八、<缺陷汽车产品召回管理规定>的发布社会人口分析

第三节2020年中国MPV市场社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、文化环境分析
- 三、居民的各种消费观念
- 四、中国城镇化率

第三章2020年中国MPV市场运行新形势透析

第一节 2020年中国MPV市场总况

- 一、多功能乘用车较高速发展
- 二、新品大量投放市场
- 三、价格竞争更加微妙
- 五、渠道变革将不断深化

第二节2020年MPV市场销量分析

- 一、2020年中国MPV品牌市场销售情况
- 二、2020年中国MPV自主品牌MPV销量分析
- 三、2020年中国MPV销量车型排名
- 四、2020年中国轿车,suv,MPV销量同比
- 五、MPV市场销量预测分析

第三节2020年中国MPV市场走势分析

- 一、消费者行为特征
- 二、MPV市场规模分析
- 三、影响MPV市场供需因素分析
- 四、MPV市场品牌价格分析

第四章2020年中国MPV细分市场深度剖析

第一节2020年中国MPV产品分企业性质销量分析

- 一、自主品牌产品市场销量情况
- 二、自主品牌产品市场份额变化分析
- 三、合资品牌产品市场销量情况
- 四、合资品牌产品市场份额变化分析
- 五、中、日、德、美、韩系MPV产品市场销量情况
- 六、各个系别MPV历年市场份额变化分析

第二节2020年MPV产品分用途销量情况分析

- 一、商务型MPV产品竞争情况
- 二、商务型MPV产品市场份额变化分析
- 三、家用型MPV产品竞争情况
- 四、家用型MPV产品市场份额变化分析

第三节2020年MPV产品分价格级别销量情况分析

- 一、豪华型MPV产品竞争情况
- 二、豪华型MPV产品市场份额变化分析
- 三、中级MPV产品竞争情况
- 四、中级MPV产品市场份额变化分析
- 五、经济型MPV产品竞争情况
- 六、经济型MPV产品市场份额变化分析

第五章2020年中国MPV市场竞争新格局透析

第一节2020年中国MPV市场竞争总况

- 一、MPV竞争再度升级
- 二、MPV竞争力悄然转移—节油型市场受宠
- 三、家用MPV将成竞争热点
- 四、商务MPV竞争激烈
- 五、MPV市场品牌竞争力分析

第二节2020年中国MPV市场集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第三节2020年提高MPV企业竞争力的策略

- 一、提高中国MPV企业核心竞争力的对策

二、MPV企业提升竞争力的主要方向

第四节 2022-2028年中国MPV市场竞争趋势分析

第六章 中国MPV主要厂商竞争力对及关键性财务数据分析

第一节 安徽江淮汽车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 上海汽车

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 东风汽车

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 第一汽车

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 长安汽车

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 悦达投资

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 金杯汽车

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 福田汽车

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九节 其它品牌MPV分析

- 一、奇瑞汽车
- 二、吉利汽车
- 三、广州本田汽车有限公司
- 四、北京现代

第七章 2022-2028年中国MPV市场前景预测分析

第一节 2022-2028年中国MPV市场前景预测

- 一、家用MPV潜力巨大
- 二、加强技术创新
- 三、国际化趋势增强

第二节 2022-2028年中国MPV市场预测分析

- 一、MPV市场预测供需预测分析
- 二、MPV市场进出口贸易预测分析
- 三、MPV市场盈利预测分析

第三节 2022-2028年中国MPV市场战略分析

一、渠道策略

- 1、MPV厂商应继续加强与渠道商的合作，发掘渠道潜力，追求双赢
- 2、强化渠道效率与管理能力，优化和整合渠道
- 3、降低渠道的成本，实现渠道设计扁平化
- 4、重视品牌营销，畅通沟通渠道

二、销售策略

- 1、针对消费者市场的形式, MPV厂商可采用下述销售策略
- 2、针对经销商的销售策略

三、品牌策略

- 1、深化品牌合作
- 2、加速品牌创新

第八章 2022-2028年中国MPV市场投资战略分析

第一节 2020年中国MPV市场投资概况

- 一、中国MPV市场投资特性
- 二、中国MPV市场投资政策利好

第二节 2022-2028年中国MPV行业投资机会分析

- 一、MPV投资项目分析
- 二、可以投资的MPV模式
- 三、MPV投资新方向

第三节 2022-2028年中国MPV行业投资风险评价

- 一、宏观经济波动风险
 - 1、宏观经济和居民收入对乘用车的发展起支撑作用
 - 2、油价继续上涨对乘用车消费负面影响将逐步显著
 - 3、消费环境恶化和使用成本增加抑制了部分消费
 - 二、政策风险
 - 1、燃油税等政策的影响
 - 2、期待信贷再开放以刺激消费增长
 - 3、<新能源汽车生产准入管理规则（征求意见稿）>发布
 - 四、<汽车贸易政策>发布
 - 三、价格风险
 - 1、构建价格预警机制, 提早进行价格风险预测
 - 2、物料价格波动时, 维持供应链稳定供给风险
- ### 第四节 投资建议

部分图表目录：

图表：安徽江淮汽车股份有限公司主要经济指标走势图

图表：安徽江淮汽车股份有限公司经营收入走势图

图表：安徽江淮汽车股份有限公司盈利指标走势图

图表：安徽江淮汽车股份有限公司负债情况图

图表：安徽江淮汽车股份有限公司负债指标走势图

图表：安徽江淮汽车股份有限公司运营能力指标走势图

图表：安徽江淮汽车股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海汽车主要经济指标走势图

图表：上海汽车经营收入走势图

图表：上海汽车盈利指标走势图

图表：上海汽车负债情况图

图表：上海汽车负债指标走势图

图表：上海汽车运营能力指标走势图

图表：上海汽车成长能力指标走势图

图表：东风汽车主要经济指标走势图

图表：东风汽车经营收入走势图

图表：东风汽车盈利指标走势图

图表：东风汽车负债情况图

图表：东风汽车负债指标走势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202201/14-449006.html>