

2022-2028年中国轿车市场 研究与战略咨询报告

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年中国轿车市场研究与战略咨询报告》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/R0505/202202/25-459223.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

轿车（saloon car）是指用于载送人员及其随身物品，且座位布置在两轴之间的汽车。包括驾驶者在内，座位数最多不超过九个。

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国轿市场研究与战略咨询报告》共十七章。首先介绍了轿车行业市场发展环境、轿车整体运行态势等，接着分析了轿车行业市场运行的现状，然后介绍了轿车市场竞争格局。随后，报告对轿车做了重点企业经营状况分析，最后分析了轿车行业发展趋势与投资预测。您若想对轿车产业有个系统的了解或者想投资轿车行业，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：

第一部分 轿车行业发展分析

第一章 轿车行业相关概述

第一节 汽车的定义及分类

一、汽车的定义

二、汽车的构成

三、汽车的产品型号

四、汽车的分类标准

五、中国汽车分类标准

第二节 轿车定义及分类

一、轿车的定义

二、国外分类原则

三、国内分类原则

四、轿车的分类标准

第三节 中国轿车发展历程

一、中国轿车行业发展三个阶段

二、中国轿车发展大事记

三、中国轿车与世界并轨之路

第二章 汽车行业分析

第一节 国外汽车行业概述

一、汽车行业总体特征

二、美国汽车工业

三、日本汽车工业

四、韩国汽车工业

五、德国汽车工业

第二节 中国汽车行业概况

一、2020年中国汽车行业发展

二、2020年中国汽车行业概况

三、2020年中国汽车行业发展现状

四、2020年中国汽车企业销量

五、2020年中国汽车市场的特点

第三节 汽车行业发展特点

一、汽车产业高度全球化

二、汽车生产经营集团化

三、生产与需求矛盾突出

四、跨区域的兼并与联合

第四节 汽车行业竞争格局

一、汽车行业整车产品结构

二、汽车行业生产国家格局

三、汽车行业厂商生产格局

四、汽车行业国家消费格局

第五节 中国汽车工业存在的问题

一、中国汽车行业的三个不足

二、中国汽车行业规模效应小

三、中国汽车行业技术水平低

四、中国汽车行业资金人才缺乏

第六节 中国汽车行业的发展对策

一、培养企业主体观念

二、转变政府部门职能

三、实行规模效应经营

四、增强自主创新能力

五、正确处理外资关系

第七节 汽车行业发展趋势

一、汽车行业的四个发展趋势

二、汽车行业未来发展方向

三、汽车行业将朝电子化实用化发展

四、柴油车将成为汽车发展的主流

第三章 国外轿车行业分析

第一节 国外轿车市场概述

一、各大轿车企业产能有涨有跌

二、法系轿车市场需求疲软

三、亚洲轿车市场一枝独秀

第二节 美国轿车市场分析

一、美国轿车分类标准

二、美国轿车工业概述

三、美国轿车市场三足鼎立

四、美国汽车企业依靠轿车复兴

五、老式轿车火爆美国市场

六、柴油轿车成为美国市场新宠

第三节 欧洲轿车市场分析

一、欧洲轿车分类标准

二、2020年欧洲轿车销量概况

三、欧洲轿车质量持续下滑

四、欧洲轿车降价在所难免

五、欧洲中小型轿车趋向多元化

第四节 日本轿车市场分析

一、日本轿车行业概述

二、日本小型轿车市场硝烟四起

三、日本微型轿车大行其道

四、日本高端轿车市场竞争加剧

五、日本轿车销售体制发生变革

第五节 韩国轿车市场分析

一、韩国轿车质量首次超越欧美

二、韩国大中型轿车销路看好

三、韩国轿车走出国门的途径

第六节 国外部分轿车品牌销售状况

一、奔驰（BENZ）

二、宝马（BMW）

三、福特（FORD）

第七节 国外轿车存在的问题

一、偏大型轿车抑制消费

二、政策因素导致成本过高

三、各大企业投资过度

四、技术标准加大造成轿车成本上升

第四章 中国轿车行业概况

第一节 中国轿车行业发展状况

一、2019年中国轿车销售概况

二、2020年中国轿车销售概况

三、中国轿车行业的三个特征

四、中国轿车行业利润走势下滑

第二节 中国轿车消费市场分析

一、中国轿车消费市场的现状

二、中国轿车消费市场的特点

三、影响轿车消费市场的因素

四、对中国轿车消费市场的建议

第三节 中国轿车行业存在的问题

一、小排量轿车存在的危机

二、中高级轿车面临安全危机

三、厂商价格战愈演愈烈

四、国外轿车行业冲击加剧

第四节 中国轿车行业发展的对策

- 一、中国轿车行业发展的八项对策
- 二、观念转变是发展的要求
- 三、举起品牌大旗是发展的关键
- 四、性价比优者才能最终胜出

第五章 轿车及相关数据分析

第一节 2016-2020年汽车工业所属行业经济数据分析

- 一、2018年汽车工业总体数据分析
- 二、2019年汽车工业总体数据分析
- 三、2020年汽车工业总体数据分析

第二节 2016-2020年全国及重点省市轿车产量

- 一、2018年中国轿车重点省市产量
- 二、2019年中国轿车重点省市产量
- 三、2020年中国轿车重点省市产量

第六章 中国轿车所属行业进出口分析

第一节 中国轿车所属行业进出口现状

- 一、2019年轿车所属行业进出口情况分析
- 二、2020年轿车所属行业进出口情况分析

第二节 进口轿车与国产轿车的比较分析

- 一、国产轿车的三个优势
- 二、国产轿车的五个劣势
- 三、国产轿车价格过高的原因
- 四、国产轿车自主品牌落后的原因

第三节 中国轿车进出口影响分析

- 一、税改对轿车进出口的影响
- 二、汇率变动对轿车进出口的影响
- 三、进出口变化对轿车市场走势的影响

第二部分 轿车细分行业分析

第七章 微型轿车

第一节 微型轿车行业概况

一、微型轿车历史地位

二、微型轿车两大阵营

三、微型轿车的八大优势

四、中国微型轿车发展简述

第二节 微型轿车行业现状

一、微型轿车市场让自主品牌急了眼

二、2020年微型轿车市场分析

三、微型轿车市场格局正在悄然改变

四、微型轿车成为汽车普及的助推器

第三节 微型轿车异军突起的原因

一、燃油价格不断上涨

二、持币待购意义不大

三、消费潜力平稳释放

四、更加适合中国国情

第四节 微型轿车的市场需求分析

一、出租用车

二、公务商务用车

三、私人购车市场

四、农村市场

第五节 2020年微型轿车市场分析

一、产销分析

二、产品分析

三、微型轿车市场分析

四、微型轿车发展趋势分析

第六节 微型轿车行业存在的问题

一、微型轿车市场五个问题

二、微型轿车行业利润低

三、微型轿车行业成本高

四、微型轿车行业配套差

第七节 微型轿车行业的发展策略

一、两大手段做强市场

二、提高配置弥补不足

三、大力开拓私车市场

第八节 微型轿车行业的前景展望

- 一、微型轿车政策将持续向好
- 二、微型轿车普及是大势所趋
- 三、特有优势使微型轿车前景看好
- 四、中国微型轿车行业前途光明

第八章 经济型轿车

第一节 经济型轿车概述

- 一、车型及定位
- 二、经济型轿车主要特征
- 三、中国经济型轿车发展简述
- 四、发展经济型轿车的意义

第二节 中国经济型轿车发展概况

- 一、燃油税利好经济型轿车
- 二、经济型轿车开始抢滩二三级市场
- 三、降价成为经济型轿车竞争主旋律
- 四、经济型轿车进入黄金时代

第三节 2020年经济型轿车市场分析

- 一、市场总体回顾
- 二、价格大战贯穿全年
- 三、自主品牌表现不凡
- 四、高端市场成竞争热点

第四节 中国经济型轿车消费分析

- 一、经济良好推动经济型轿车消费
- 二、政策法规拉动经济型轿车发展
- 三、市场需求刺激经济型轿车消费
- 四、消费者对经济型轿车消费的影响

第五节 中国经济型轿车存在的问题

- 一、经济型轿车三大问题
- 二、自主品牌遭遇劲敌
- 三、税费结构阻碍发展

四、经济型轿车良莠不齐

第六节 中国经济型轿车发展策略

一、调整税费结构是根本

二、加强服务竞争是基础

三、提高性价比是方向

四、推动轿车柴油化是主流

第七节 中国经济型轿车的发展趋势

一、经济型轿车将成市场主角

二、经济型轿车三大发展趋势

三、经济型轿车将呈多元化方向发展

第九章 中高级轿车

第一节 中高级轿车概述

一、车型及定位

二、外型尺寸及动力系统

三、品质及安全

第二节 中高级轿车行业概况

一、中高级轿车市场需求旺盛

二、中高级轿车竞争激烈

三、中高级轿车消费结构发生变化

四、中高级轿车价格基准不断下调

第三节 中高级轿车行业存在的问题

一、缺少民族品牌

二、地方保护主义严峻

三、专业化国际化水平差

四、更新替代方式老化

五、高油价带来新挑战

第四节 中高级轿车发展策略

一、柴油使用值得推广

二、逐步积累资本和技术

三、逐步加入全球分工体系

四、推动民营资本进入生产领域

五、逐步实现价值链升级

第五节 中高级轿车行业发展趋势

- 一、中高级轿车市场格局将发生变化
- 二、中高级轿车向多功能发展
- 三、中高级轿车将朝高性价比迈进

第十章 豪华轿车

第一节 豪华轿车概述

- 一、豪华轿车概念
- 二、外型尺寸及定位
- 三、豪华轿车的风格流变
- 四、中国豪华轿车发展综述

第二节 豪华轿车市场现状

- 一、豪华轿车纷纷进入中国
- 二、豪华轿车竞争进入白热化
- 三、豪华轿车的争夺战正式打响

第三节 中国豪华轿车不同消费群体特征分析

- 一、将豪华轿车作为身份的象征
- 二、追求豪华轿车的性能与配置
- 三、以豪华轿车体现个性和品位

第四节 跨国公司在豪华轿车领域的竞争

- 一、跨国公司对豪华轿车领域渗透的原因
- 二、跨国公司在豪华轿车领域的竞争格局
- 三、跨国公司在豪华轿车领域的竞争表现
- 四、跨国公司在豪华轿车领域的竞争趋势

第五节 豪华轿车部分品牌分析

- 一、奔驰（BENZ）
- 二、宝马（BMW）
- 三、凯迪拉克（CADILLAC）
- 四、劳斯莱斯（ROLLS-ROYCE）

第三部分 轿车行业竞争格局

第十一章 中国轿车市场竞争分析

第一节 中国轿车行业竞争概述

- 一、中国轿车行业竞争格局
- 二、中国轿车行业的优势和劣势
- 三、技术竞争和服务竞争是主旋律

第二节 跨国公司在华轿车领域的竞争

- 一、跨国公司在华轿车产业中的地位
- 二、跨国公司进入中国轿车产业的历程
- 三、跨国公司进入中国轿车产业的规律

第三节 中国轿车品牌竞争格局分析

- 一、中三大快速扩张
- 二、洋三大遍地开花
- 三、其他中国轿车制造商简述

第四节 中国轿车品牌的SWOT分析

- 一、中国轿车品牌优势（Strength）
- 二、中国轿车品牌劣势（Weakness）
- 三、中国轿车品牌机会（Opportunity）
- 四、中国轿车品牌威胁（Threat）

第五节 提升中国轿车行业竞争力的建议

- 一、提高自主开发能力
- 二、培养高素质的人才
- 三、增强企业生产效率
- 四、加快轿车服务发展
- 五、塑造现代企业文化

第十二章 中国轿车营销分析

第一节 中国轿车营销模式分析

- 一、轿车营销模式的内涵
- 二、中国轿车营销模式现状
- 三、常见的营销模式分析
- 四、中国轿车的营销模式简析

第二节 跨国公司在华轿车营销模式分析

一、跨国公司在华的营销模式

二、影响跨国公司营销模式的因素

三、对中国轿车营销模式的影响

第三节 中国轿车营销渠道分析

一、轿车营销渠道定义

二、中国轿车营销渠道模式面临挑战

三、中国轿车渠道模式差异化的构建

四、中国轿车营销渠道的品牌转变

五、中国轿车构建营销渠道力的具体措施

第四节 中国轿车营销模式存在的问题

一、轿车营销的八大问题

二、轿车营销亟待发展

三、轿车专卖店现状堪忧

四、软件建设存在差距

第五节 中国轿车营销模式的发展策略

一、轿车营销应符合中国国情

二、轿车营销应以消费者为导向

三、轿车营销不应排斥多样性

四、轿车营销需加强诚信度

五、轿车营销应完善售后服务

六、轿车营销应建立强大的网络

第六节 中国轿车营销模式的发展趋势

一、各种营销模式将长期共存

二、营销模式处于动态变化中

三、营销模式与经济发展相一致

第十三章 重点企业介绍

第一节 上海大众汽车有限公司

一、企业概况

二、产品系列

三、公司竞争优势

四、经营状况

第二节 一汽大众汽车有限公司

一、企业概况

二、产品系列

三、一汽大众发展战略

四、一汽大众汽车经营状况

第三节 一汽轿车股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业未来发展展望与战略

第四节 上海通用汽车有限公司

一、企业概况

二、产品系列

三、上海通用的成功之路

四、经营状况

第五节 广州本田汽车有限公司

一、企业概况

二、产品系列

三、广州本田的市场谋略

四、经营状况

第六节 北京现代汽车有限公司

一、企业概况

二、产品系列

三、北京现代的营销策略

四、经营状况

第七节 安徽奇瑞汽车有限公司

一、企业概况

二、产品系列

三、奇瑞汽车自主创新之路

四、经营状况

第四部分 轿车相关行业及政策环境分析

第十四章 相关行业分析

第一节 钢铁

- 一、钢铁行业概况
- 二、中国钢铁行业主要特征
- 三、中国钢铁产品需求特点
- 四、影响钢铁价格的因素分析
- 五、钢铁行业存在的问题及发展策略

第二节 石油

- 一、石油行业概述
- 二、中国石油的供求概况
- 三、人民币升值对石油行业的影响
- 四、中国石油行业存在的问题及发展策略
- 五、石油行业的发展趋势及预测

第三节 汽车零部件

- 一、中国汽车零部件的三大变化
- 二、中国汽车零部件发展四个阶段
- 三、中国汽车零部件的机遇和挑战
- 四、中国汽车零部件存在的问题及对策
- 五、中国汽车零部件行业发展趋势

第十五章 轿车行业政策法规分析

第一节 相关政策环境分析

- 一、汽车产业政策有待调整
- 二、汽车贸易政策急需完善
- 三、混合动力汽车发展需政策扶持
- 四、中国出台的汽车行业政策

第二节 政策法规对轿车市场的影响

- 一、税收政策对中国轿车市场的调控作用
- 二、《汽车贸易政策》对轿车市场的影响
- 三、《汽车产业发展政策》促进中国汽车工业
- 四、《汽车贸易政策》助推产业规范化建设进程

第三节 相关政策法规介绍

- 一、《汽车贸易政策》

- 二、《汽车产业发展政策》
- 三、《车辆购置税征收管理办法》
- 四、《构成整车特征的汽车零部件进口管理办法》
- 六、《关于鼓励发展节能环保型小排量汽车的意见》

第五部分 轿车行业发展趋势及投资策略

第十六章 2022-2028年中国轿车行业发展趋势及预测

第一节 中国轿车行业发展前景

- 一、轿车市场未来需求持续旺盛
- 二、轿车功能趋向多元化
- 三、发展高新汽车技术是必行之路

第二节 中国轿车市场发展方向

- 一、市场份额向优势企业集中
- 二、新增车辆向中小城市转移
- 三、轿车柴油化是必然趋势

第三节 中国轿车市场消费趋势

- 一、轿车将进入价值消费时代
- 二、轿车呈现个性消费趋势
- 三、两厢轿车将成主要消费对象

第十七章 2022-2028年中国轿车行业投资分析（ ）

第一节 轿车行业的投资特性

- 一、政策指导性强
- 二、进入壁垒较高
- 三、投资规模巨大
- 四、规模经济明显

第二节 投资机会

- 一、轿车消费市场潜力巨大
- 二、轿车需求持续走高
- 三、轿车行业将快速增长
- 四、轿车行业利润总额仍可保持

第三节 投资风险

- 一、轿车行业风险加大
- 二、轿车行业企业经营风险
- 三、轿车行业竞争风险
- 四、轿车行业替代技术和产品风险
- 第四节 中国轿车行业投资与产能分析
 - 一、中国轿车行业投资情况分析
 - 二、中国轿车行业产能利用情况分析
 - 三、中国轿车行业投资过热因素分析
 - 四、投资过热产能过剩应采取的措施
- 第五节 其他投资建议
 - 一、轿车企业需提高核心竞争力
 - 二、轿车企业需降低生产成本
 - 三、轿车企业需提升技术水平
 - 四、轿车企业需加强售后服务（ ）

部分图表目录：

- 图表：汽车按排量分类图
- 图表：汽车按车长车宽分类图
- 图表：汽车综合分级图
- 图表：2020年轿车市场销量状况
- 图表：微型轿车主要品牌价格分布图
- 图表：主要微型轿车外型尺寸对比图
- 图表：主要微型轿车长度、轴距对比图
- 图表：主要微型轿车各车型长、宽、高、轴距对比图
- 图表：主要微型轿车动力性对比图
- 图表：主要微型轿车最大功率、最大扭矩对比图
- 图表：主要微型轿车最大功率及百公里油耗对比图
- 图表：主要微型轿车最高车速对比图
- 图表：主要微型轿车安全性对比图
- 图表：主要微型轿车舒适性对比图
- 图表：主要微型轿车产品投放时间对比图
- 图表：主要微型轿车市场定位对比图

图表：主要微型轿车量价图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202202/25-459223.html>