

# 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](http://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](mailto: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、韩国轿车走向国门的途径

### 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 跨国公司在我国轿车领域的竞争

- 一、跨国公司在我国轿车产业中的地位
- 二、跨国公司进入我国轿车产业的历程
- 三、跨国公司进入我国轿车产业的规律

### 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&hellip;&hellip;

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