

2023-2029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

《2023-2029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/R0505/202309/20-563815.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

近年来，MPV成为汽车细分领域的强势增长力量。长期以来，在国产乘用车市场，MPV就像主流类别车型市场之间的一条无关紧要的夹缝。但是，随着利益区隔裂变的来临，类别车型之间、档次车型之间、档次车型内部出现了纵横交错的区隔界沟。除了拥有商务工具车这片市场以外，MPV开始逐渐渗透到国产乘用车市场的每个角落。

2019年，乘用车产销分别完成2136万辆和2144.4万辆，产销量同比分别下降9.2%和9.6%。占汽车产销比重分别达到83%和83.2%，分别低于上年产销量比重的3.4和1.2个百分点。乘用车四类车型产销情况看：轿车产销量同比分别下降10.9%和10.7%；SUV产销量同比分别下降6%和6.3%；MPV产销量同比分别下降18.1%和20.2%；交叉型乘用车产销量同比分别下降4.3%和11.7%。2020年1-12月，乘用车产销分别完成1999.4万辆和2017.8万辆，同比分别下降6.5%和6%。分车型看，MPV产销分别完成101.1万辆和105.4万辆，同比分别下降26.8%和23.8%。2021年1-12月，MPV产销分别完成107.3万辆和105.5万辆，同比分别增长6.1%和0.1%。2021年，中国品牌MPV市场占有率比上年略有下降，共销售72万辆，同比下降0.3%；占MPV销售总量的68.3%，占有率比上年下降0.3个百分点。2022年1-8月，MPV产销分别完成56.2万辆和55.8万辆，同比分别下降10.4%和10.5%。

随着中国商务经济的持续快速增长，商业机构对于商务型用车的需求热情也会持续上升。同时，随着汽车消费多元化的不断成长和成熟，家庭多功能用车也将迎来第一个黄金市场期。因此，在未来一个时期，MPV市场很可能成为国产乘用车市场里增幅最大的类别车型。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国MPV行业深度研究与发展前景预测报告》共九章。首先介绍了汽车及MPV的相关概念及分类等，接着分析了汽车行业的整体状况及MPV市场的发展环境，然后对MPV市场运行状况做了具体细致的分析。随后对MPV行业做了细分市场分析、竞争状况分析、消费需求与营销分析及相关产业分析，最后分析了MPV市场的前景及发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对MPV行业有个系统的了解或者想投资MPV生产制造及相关行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 MPV行业概述

1.1 汽车行业的相关介绍

1.1.1 汽车的定义

- 1.1.2 汽车的分类
- 1.1.3 汽车的性能
- 1.1.4 汽车行业的界定
- 1.2 MPV概念的阐释
 - 1.2.1 MPV的定义
 - 1.2.2 MPV的特点
 - 1.2.3 MPV的分类
 - 1.2.4 MPV的结构
- 1.3 MPV行业的进入壁垒
 - 1.3.1 规模经济性壁垒
 - 1.3.2 产品差别化壁垒
 - 1.3.3 绝对成本障碍
 - 1.3.4 沉没费用障碍

第二章 2021-2023年汽车行业整体概况

- 2.1 2021-2023年国际汽车行业发展概况
 - 2.1.1 国际汽车工业发展变化特征
 - 2.1.2 世界汽车工业发展回顾
 - 2.1.3 世界汽车工业发展状况
 - 2.1.4 世界汽车工业发展动态
- 2.2 2021-2023年中国汽车行业发展概况
 - 2.2.1 中国汽车行业发展历程回顾
 - 2.2.2 中国汽车行业发展现状分析
 - 2.2.3 中国汽车产业自主品牌发展分析
- 2.3 2021-2023年中国汽车行业发展分析
 - 2.3.1 中国汽车行业发展回顾
 - 2.3.2 中国汽车工业运行状况
 - 2.3.3 中国汽车行业发展动态
- 2.4 2021-2023年中国汽车业发展存在的问题
 - 2.4.1 中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈
 - 2.4.2 中国汽车市场存在的主要问题
 - 2.4.3 中国汽车产业仍然大而不强

2.4.4 中国汽车行业品牌国际化存在的不足

2.5 中国汽车业的发展对策

2.5.1 促进汽车消费市场发展的措施建议

2.5.2 中国汽车行业品牌国际化的对策建议

2.5.3 中国汽车行业可持续发展的措施

2.5.4 中国新能源汽车产业化发展建议

2.5.5 汽车产业未来发展应遵循的方向

第三章 2021-2023年中国MPV市场发展环境分析

3.1 经济环境

3.1.1 经济发展综况

3.1.2 固定资产投资

3.1.3 经济发展展望

3.1.4 经济因素的影响分析

3.2 行业环境

3.2.1 MPV需求潜力较大

3.2.2 换车潮是良好契机

3.2.3 油价上涨的影响

3.2.4 “低碳”经济的到来

3.3 政策环境

3.3.1 汽车产业政策综述

3.3.2 大排量MPV受政策抑制

3.3.3 中高端MPV迎来政策机遇

3.3.4 新能源政策带来影响

第四章 2021-2023年中国MPV市场运行状况分析

4.1 2021-2023年中国MPV行业发展综述

4.1.1 我国MPV在乘用车市场地位

4.1.2 我国主流MPV量价结构

4.1.3 我国MPV行业集中度走势

4.1.4 我国MPV市场定位简述

4.2 2020年MPV市场分析

- 4.2.1 我国MPV销量分析
- 4.2.2 我国MPV市场特点
- 4.2.3 我国MPV市场结构
- 4.2.4 我国MPV市场动态
- 4.3 2021年MPV市场分析
 - 4.3.1 我国MPV销量概况
 - 4.3.2 我国MPV市场走势
 - 4.3.3 我国MPV市场份额
 - 4.3.4 我国MPV出口概况
- 4.4 2022年MPV市场分析
 - 4.4.1 我国MPV销量概况
 - 4.4.2 我国MPV市场走势
 - 4.4.3 我国MPV市场份额
 - 4.4.4 我国MPV出口概况
- 4.5 中国MPV市场的制约因素及发展战略
 - 4.5.1 商务型MPV限制市场受众
 - 4.5.2 大排量MPV不利于节能
 - 4.5.3 维修成本高于普通轿车
 - 4.5.4 我国MPV市场的深层战略思考

第五章 2021-2023年中国MPV细分市场发展分析

- 5.1 2020年我国MPV细分市场分析
 - 5.1.1 档次区隔市场整体概述
 - 5.1.2 次高端以上MPV市场分析
 - 5.1.3 中端MPV市场分析
 - 5.1.4 低端MPV市场分析
- 5.2 2021年我国MPV细分市场分析
 - 5.2.1 按价格和长度细分市场
 - 5.2.2 按排量细分市场
 - 5.2.3 按用途细分市场
 - 5.2.4 按车系细分市场
- 5.3 2022年我国MPV细分市场分析

- 5.3.1 按价格和长度细分市场
- 5.3.2 按排量细分市场
- 5.3.3 按用途细分市场
- 5.3.4 按车系细分市场

第六章 2021-2023年中国MPV市场竞争状况分析

- 6.1 2020年我国MPV市场竞争格局分析
 - 6.1.1 合资商务
 - 6.1.2 合资兼用
 - 6.1.3 自主商务
 - 6.1.4 自主兼用
- 6.2 2021年我国MPV市场竞争格局分析
 - 6.2.1 自主品牌市场份额
 - 6.2.2 德美日系份额
 - 6.2.3 国产品牌市场表现
 - 6.2.4 新上市竞争车型
- 6.3 2021-2023年我国MPV市场销量排行
 - 6.3.1 2020年MPV市场销量排行
 - 6.3.2 2021年MPV市场销量排行
 - 6.3.3 2022年MPV市场最新销量排行
- 6.4 我国MPV市场竞争态势
 - 6.4.1 我国MPV市场分外活跃
 - 6.4.2 豪华MPV市场竞争激烈
 - 6.4.3 五菱领跑品牌关注榜
 - 6.4.4 1.6L及以下排量占据六成市场份额

第七章 2021-2023年中国MPV市场消费需求及营销分析

- 7.1 普通消费者调查
 - 7.1.1 普通消费者对MPV认知度有限
 - 7.1.2 MPV并非最理想的家用汽车
 - 7.1.3 “大空间”是选择MPV的重要因素
 - 7.1.4 MPV更适合家庭的第二辆车

7.2 我国MPV用户群体分析

7.2.1 MPV消费群体需求要点

7.2.2 高端商务MPV用户需求趋势

7.2.3 商务兼家用MPV用户需求趋势

7.2.4 家用型MPV用户需求趋势

7.2.5 商用兼商务型MPV用户需求趋势

7.3 MPV营销的三要素

7.3.1 安全性成首要考虑因素

7.3.2 舒适性是致胜武器

7.3.3 超大空间是必备要素

7.4 MPV市场营销案例分析

7.4.1 GL8

7.4.2 奥德赛

7.4.3 江淮瑞风

7.4.4 风行菱智

7.4.5 马自达8

第八章 2021-2023年相关产业分析

8.1 汽车零部件

8.1.1 行业发展回顾

8.1.2 行业发展成就

8.1.3 行业发展态势

8.1.4 进出口规模状况

8.2 钢铁产业

8.2.1 中国钢铁行业运行回顾

8.2.2 中国钢铁行业运行状况

8.2.3 我国钢铁行业运行动态

8.3 石化产业

8.3.1 我国石化行业运行回顾

8.3.2 中国石化行业运行状况

8.3.3 中国石化行业运行动态

8.4 橡胶行业

- 8.4.1 中国橡胶市场运行回顾
- 8.4.2 我国橡胶行业发展状况
- 8.4.3 中国橡胶行业运行动态

第九章 对中国MPV市场前景及趋势预测

- 9.1 汽车行业未来发展分析
 - 9.1.1 全球汽车产业发展趋势综述
 - 9.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期
 - 9.1.3 新能源汽车产业化进程将加速
 - 9.1.4 汽车工业发展的战略选择
- 9.2 MPV市场未来发展预测
 - 9.2.1 中国高端MPV市场未来将高速增长
 - 9.2.2 小商务MPV市场空间潜力巨大
 - 9.2.3 未来兼用型MPV将大有市场
 - 9.2.4 对2023-2029年中国MPV市场发展预测分析

图表目录

- 图表 其他指标环比数据表
- 图表 我国主流MPV量价结构
- 图表 MPV市场集中度趋势图
- 图表 我国MPV市场定位图
- 图表 MPV的总体划分
- 图表 多功能乘用车产量TOP10
- 图表 多功能乘用车销量TOP10
- 图表 MPV市场各级别销售走势
- 图表 MPV各细分市场的份额走势
- 图表 我国MPV车型长度和价位分布图
- 图表 我国MPV不同细分市场消费群体需求点分析
- 图表 高端商务MPV用户需求趋势
- 图表 商务兼家用MPV用户需求趋势
- 图表 家用型MPV用户需求趋势
- 图表 商用兼商务型MPV用户需求趋势

图表 整车企业甄选零部件供应商的工作流程

图表 2020-2022年中国机动车的零件、附件进出口总额

图表 2020-2022年中国机动车的零件、附件进出口（总额）结构

图表 2020-2022年中国机动车的零件、附件贸易顺差规模

图表 2020-2021年中国机动车的零件、附件进口区域分布

图表 2020-2021年中国机动车的零件、附件进口市场集中度（分国家）

图表 2021年主要贸易国机动车的零件、附件进口市场情况

图表 2022年主要贸易国机动车的零件、附件进口市场情况

图表 2020-2021年中国机动车的零件、附件出口区域分布

图表 2020-2021年中国机动车的零件、附件出口市场集中度（分国家）

图表 2021年主要贸易国机动车的零件、附件出口市场情况

图表 2022年主要贸易国机动车的零件、附件出口市场情况

图表 2020-2021年主要省市机动车的零件、附件进口市场集中度（分省市）

图表 2021年主要省市机动车的零件、附件进口情况

图表 2022年主要省市机动车的零件、附件进口情况

图表 2020-2021年中国机动车的零件、附件出口市场集中度（分省市）

图表 2021年主要省市机动车的零件、附件出口情况

图表 2022年主要省市机动车的零件、附件出口情况

图表 CSPI国内钢材价格指数变化表

图表 钢材社会总库存走势

图表 钢材进出口走势

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202309/20-563815.html>