2021-2027年中国轿车行业
前景研究与投资策略报告

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

《2021-2027年中国轿车行业前景研究与投资策略报告》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/R0505/202012/04-375751.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

汽车板块在近一个月、年初至四月底涨跌幅都领先于其他行业，分别是5.6%和20.2%，而参照过往年度涨跌幅，其他行业下跌时汽车板块跌幅更大，其他行业上涨时汽车板块上涨更多。截止4月26日，对比近一个月、三个月及近一年的行业涨跌幅，可看到只有汽车所属的消费品制造业，资讯科技和金融行业都是有正回报的，而且一年以来涨跌幅也是领先的。虽然汽车板块近三个月涨跌幅的6.3%低于能源、地产和工业等约10%涨幅，但近一个月、年初至今及近一年里汽车板块都是较为领先的，显示今年资金较多流入汽车板块。此外，如对比过往三年每年行业涨跌幅可发现，汽车板块在下跌时跌幅一般较其他行业多，而在上涨时也一般比其他行业涨得更多，比如18年汽车板块下跌30.3%，大幅低于其他行业平均下跌的16%，而在17年和16年汽车板块分别上涨97.4%和26.7%，大幅高于其他行业平均33.8%和0.9%的涨幅。汽车板块行业各时段内涨跌幅情况*至4月26日 2016-2018年中国汽车板块行业各时段内涨跌幅情况　中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国轿车行业前景研究与投资策略报告》共十四章。首先介绍了中国轿车行业市场发展环境、轿车整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国轿车行业，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 轿车简介
1.1 汽车概述
1.1.1 汽车的定义
1.1.2 汽车的基本构造
1.1.3 汽车的分类
1.1.4 汽车车身的演变
1.1.5 国产汽车产品型号编制规则
1.2 轿车介绍
1.2.1 轿车的定义

1.2.2 国外轿车分类
1.2.3 国内轿车分类

第二章 2016-2019年汽车所属行业发展分析
2.1 2016-2019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 2017年世界汽车工业发展状况
2.1.3 2019年世界汽车工业发展状况
2.1.4 2019年世界汽车工业发展态势
2.2 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 中国已成国际最大的汽车市场
2.2.3 “十二五”时期中国汽车工业发展综述
2.2.4 中国汽车产业自主品牌发展分析
2.3 2016-2019年中国汽车行业发展分析
2.3.1 2019年中国汽车行业发展分析
2.3.2 2019年中国汽车工业运行状况
2.3.3 2019年中国汽车工业运行现状
2.4 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 2016-2019年国际轿车所属行业发展分析
3.1 2016-2019年世界轿车行业概况

3.1.1 节能环保小型车畅销国外轿车市场
3.1.2 世界轿车市场畅销排名分析
3.1.3 欧盟轿车市场价格运行概述
3.1.4 国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场
3.1.5 全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用
3.2 美国
3.2.1 2019年美国轿车市场销量概况
3.3 德国
3.3.1 2019年德国轿车行业发展概况
3.4 日本
3.4.1 日本轿车销量首跌
3.4.2 日本轿车全球市场销售状况
3.4.3 日系轿车在华市场份额减少的原因分析
3.4.4 日本轿车市场销售排名概况
3.5 俄罗斯
3.5.1 2019年俄罗斯轿车行业产销概况
3.5.2 2019年俄罗斯轿车进出口概况
3.5.3 2016年俄罗斯轿车行业产销概况
3.5.4 2019年俄罗斯轿车行业产销概况

第四章 2016-2019年中国轿车所属行业状况
4.1 中国轿车行业概况
4.1.1 中国轿车行业发展历程
4.1.2 我国轿车行业运行综况
4.1.3 中国轿车市场从透支到正常的变化分析
4.1.4 国家节能汽车补贴政策对轿车行业的影响分析
4.1.5 中国轿车市场品牌结构分析
4.2 2016-2019年中国轿车市场发展分析
4.2.1 2019年中国轿车行业发展状况

2019年开年以来，汽车行业销量仍然未见明显起色。2019年2月中国乘用车产量为110.2万辆，环比下滑44%，同比下滑21.8%。其中，2019年2月轿车产量为53.9万辆，环比下滑43.1%，同比下滑16.8%;MPV2月产量为8.1万辆，环比下滑43.2%，同比下滑31.7%;SUV2月产量为48.2万辆

，环比下滑45.1%，同比下滑24.9%。2019年2月中国轿车、SUV、MPV产量及增长情况
4.2.2 2019年中国轿车市场走势分析
4.2.3 2019年中国轿车行业发展状况
4.2.4 2019年中国轿车行业发展态势
4.3 2016-2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析
4.3.1 2017年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析
4.3.2 2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析
4.3.3 2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析
4.4 2016-2019年中国轿车市场消费分析
4.4.1 中国轿车市场的消费形势变化分析
4.4.2 影响轿车消费的主要因素
4.4.3 我国轿车市场消费者需求调查分析
4.4.4 对中国轿车消费市场的建议
4.5 价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读
4.5.1 价值分析方法
4.5.2 价值分析对轿车国产化的用途分析
4.5.3 轿车国产化项目的价值分析过程解读
4.6 中国轿车业发展存在的问题与对策分析
4.6.1 中国轿车产业发展过程中存在的问题
4.6.2 中国轿车服务体系存在不足
4.6.3 中国轿车存在轮胎安全隐患
4.6.4 中国轿车产业发展策略建议
4.6.5 促进轿车产业价值链发展的战略对策
4.6.6 对自主品牌企业未来发展的几点建议

第五章 2016-2019年微型轿车发展分析
5.1 微型轿车概述
5.1.1 微型轿车的历史地位
5.1.2 微型轿车的优势
5.1.3 微轿市场在车型升级中升温
5.1.4 我国微型轿车市场运动化态势明显
5.2 2016-2019年中国微型轿车发展分析

5.2.1 2019年我国微型轿车市场发展走势
5.2.2 2019年微型轿车市场自主品牌概况
5.2.3 2019年我国微型轿车市场发展分析
5.2.4 2019年我国微型轿车市场发展走势
5.3 电动微型轿车的相关分析
5.3.1 电动微型轿车应时而生
5.3.2 全面提高电动微型轿车的质量与性能
5.3.3 国家应全力支持电动微型轿车发展
5.3.4 电动微型轿车将走向世界
5.4 中国微型轿车面临的压力
5.4.1 成本压力
5.4.2 配套压力
5.4.3 产品压力
5.4.4 品牌压力
5.4.5 竞争压力
5.5 微型轿车发展对策及前景趋势
5.5.1 中国微型轿车企业发展对策
5.5.2 微型轿车将走俏市场
5.5.3 微型电动轿车前景广阔

第六章 2016-2019年经济型轿车发展分析
6.1 经济型轿车概述
6.1.1 经济型轿车定义及分类
6.1.2 经济型轿车主要特征
6.1.3 经济型轿车受市场青睐的原因
6.1.4 发展经济型轿车的意义
6.1.5 经济型轿车发展模式选择分析
6.2 中国经济型轿车行业发展分析
6.2.1 中国经济型轿车发展态势
6.2.2 中国经济型车市场的裂变分析
6.2.3 2017年中国经济型轿车市场分析
6.2.4 2019年中国经济型轿车市场分析

6.2.5 2019年中国经济型轿车市场分析
6.3 阻碍中国经济型轿车发展的几大因素
6.3.1 经济型轿车质量有待提高
6.3.2 消费观念影响经济型轿车的发展
6.3.3 基础配套设施问题
6.4 中国经济型轿车发展前景及趋势
6.4.1 油价上涨促进经济型轿车的销售
6.4.2 未来经济型轿车市场发展趋势
6.4.3 未来经济型轿车将成为轿车市场消费主流

第七章 2016-2019年其他轿车细分市场分析
7.1 2016-2019年豪华轿车发展分析
7.1.1 豪华轿车应满足的条件
7.1.2 2017年我国高档轿车市场分析
7.1.3 2019年国产豪华轿车市场分析
7.1.4 2019年国产豪华轿车市场动态分析
7.1.5 中国成为德国高档轿车全球最大市场
7.2 2016-2019年中高级轿车市场运行状况
7.2.2 2017年国内中高级轿车市场运行分析
7.2.3 2019年我国中高级轿车市场运行分析
7.2.4 2019年我国中高级轿车市场运行分析
7.3 中高级轿车发展趋势
7.3.1 未来中高级轿车仍以合资产品为主
7.3.2 性价比提升是中高级轿车发展趋势
7.3.3 中高级轿车未来发展方向
7.3.4 现代中高级轿车技术发展趋势

第八章 中国轿车行业进出口分析
8.1 中国轿车行业进出口状况分析
8.1.1 2019年中国轿车行业进出口数据
8.1.2 2016年中国轿车行业进出口数据
8.1.3 2019年中国轿车行业进出口数据

8.2 中国自主品牌轿车出口分析
8.2.1 中国自主品牌轿车出口特点
8.2.2 自主品牌轿车出口概况
8.2.3 中国自主品牌轿车出口存在的问题
8.2.4 我国自主品牌轿车出口的发展对策
8.3 2016-2019年汽油小轿车行业进出口数据分析
8.3.1 2016-2019年主要国家汽油小轿车进口市场分析
8.3.2 2016-2019年主要国家汽油小轿车出口市场分析
8.3.3 2016-2019年主要省份汽油小轿车进口市场分析
8.3.4 2016-2019年主要省份汽油小轿车出口市场分析
8.4 2016-2019年柴油小轿车行业进出口数据分析
8.4.1 2016-2019年主要国家柴油小轿车进口市场分析
8.4.2 2016-2019年主要国家柴油小轿车出口市场分析
8.4.3 2016-2019年主要省份柴油小轿车进口市场分析
8.4.4 2016-2019年主要省份柴油小轿车出口市场分析

第九章 2016-2019年中国轿车市场竞争分析
9.1 2016-2019年中国轿车市场竞争概述
9.1.1 轿车企业的核心竞争力分析
9.1.2 我国轿车行业竞争的根本规律分析
9.1.3 2019年我国轿车市场竞争格局概况
9.1.4 2019年我国轿车市场竞争格局概况
9.1.5 国产与进口轿车竞争比较优劣势分析
9.1.6 中国轿车品牌与国外品牌的差距分析
9.2 2016-2019年中国轿车各细分市场竞争概述
9.2.1 中高级轿车市场竞争态势
9.2.2 中高级轿车制造商竞争策略
9.2.3 中级轿车市场竞争态势
9.2.4 经济型轿车市场竞争态势
9.3 提升中国轿车行业竞争力的建议
9.3.1 善用“钻石理论”
9.3.2 提高自主开发能力

9.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售
9.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略
9.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议

第十章 2016-2019年中国轿车营销分析
10.1 中国轿车营销模式透析
10.1.1 中国轿车营销模式的内涵
10.1.2 中国轿车营销模式的选择分析
10.1.3 中国轿车营销模式的主要特点
10.2 轿车营销中的客户关系管理分析
10.2.1 CRM的起源及定义
10.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理
10.2.3 实施客户关系管理的流程
10.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题
10.3 2016-2019年中国轿车业营销渠道分析
10.3.1 轿车营销渠道的定义及作用
10.3.2 中国轿车行业渠道模式现状
10.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问题
10.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策
10.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施
10.4 中国轿车营销存在的问题
10.4.1 中国轿车营销体系需解决的问题
10.4.2 轿车营销传播存在的四大不足
10.4.3 软件建设存在差距
10.5 中国轿车市场营销策略分析
10.5.1 建立轿车营销模式的原则
10.5.2 我国轿车营销模式的发展思路
10.5.3 关于建立品牌经营营销模式的建议
10.5.4 关于轿车营销策略创新的对策
10.5.5 轿车促销策略分析
10.5.6 轿车营销传播策略

第十一章轿车行业关联产业分析
11.1 汽车零部件
11.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述
11.1.2 中国汽车零部件工业取得巨大成就
11.1.3 汽车零部件产业发展的显著特点
11.1.4 中国汽车零部件企业存在三大不足
11.1.5 中国汽车零部件业发展对策建议
11.2 钢铁
11.2.1 中国钢铁业发展历程
11.2.2我国钢铁行业运行分析
11.2.5 中国钢铁工业发展对策建议
11.3 石油
11.3.1 石油概述
11.3.2我国石油行业运行状况
11.3.5 中国石油企业发展策略浅析
11.4 橡胶
11.4.1 橡胶概述
11.4.2中国橡胶行业运行状况

第十二章轿车行业重点企业财务状况
12.1 一汽轿车股份有限公司
12.1.1 企业发展概况
12.1.2 经营效益分析
12.1.3 业务经营分析
12.1.4 财务状况分析
12.1.5 未来前景展望
12.2 安徽江淮汽车股份有限公司
12.2.1 企业发展概况
12.2.2 经营效益分析
12.2.3 业务经营分析
12.2.4 财务状况分析
12.2.5 未来前景展望

12.3 上海通用汽车有限公司
12.3.1 公司简介
12.3.2上海通用经营状况
12.4 北京现代汽车有限公司
12.4.1 公司简介
12.4.2北京现代经营状况
12.5 广州本田汽车有限公司
12.5.1 公司简介
12.5.2广汽本田经营状况
12.6 安徽奇瑞汽车有限公司
12.6.1 公司简介
12.6.2奇瑞汽车经营状况
12.7 比亚迪汽车有限公司
12.7.1 公司简介
12.7.2比亚迪经营状况
12.8 上海大众汽车有限公司
12.8.1 企业简介
12.8.2 2019年上海大众经营状况

第十三章 中国轿车行业投资分析
13.1 汽车行业投资概况
13.1.1 国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入
13.1.2 国家投巨资支持央企开发汽车行业
13.1.3 我国汽车行业具有持续性投资价值
13.1.4 国内能源巨企纷纷投资汽车行业
13.2 轿车行业投资前景
13.2.1 政府不使用行政手段限制轿车投资
13.2.2 我国轿车行业极具投资潜力
13.2.3 微型轿车市场投资前景看好
13.3 轿车行业投资风险分析
13.3.1 轿车行业的进入壁垒风险
13.3.2 轿车替代品带来的风险

13.3.3 供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁
13.3.4 轿车行业内企业的竞争风险
13.4 轿车行业投资策略分析
13.4.1 轿车行业投资策略
13.4.2 轿车企业应积极采取措施应对风险

第十四章 轿车行业未来发展趋势及前景预测分析
14.1 汽车行业未来发展分析
14.1.1 全球汽车产业发展趋势综述
14.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期
14.1.3 “十三五”新能源汽车产业化进程将加速
14.1.4 “十三五”汽车工业发展的战略选择
14.2 轿车行业未来发展预测
14.2.1 未来我国轿车需求依然强劲
14.2.2 2021-2027年中国轿车行业发展预测分析
14.2.3 未来轿车将趋向多功能化
14.2.4 现代柴油轿车发展将成必然趋势

附录：
附录一:汽车产业发展政策
附录二:新能源汽车生产准入管理规则
附录三:汽车品牌销售管理实施办法
附录四:汽车贸易政策
附录五:报废汽车回收管理办法
附录六:乘用车燃料消耗量限值标准

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202012/04-375751.html