

2020年中国自主品牌乘用车市场分析报告- 产业供需现状与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国自主品牌乘用车市场分析报告-产业供需现状与发展趋势分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/480867480867.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一部分 中国乘用车市场环境及竞争格局分析

第一章 中国乘用车市场环境分析

第一节 中国宏观环境分析

- 一、中国经济增长情况分析 & 预测
- 二、中国乘用车市场容量状况分析 & 预测
- 三、中国GDP增长与乘用车消费增长的趋势预测

第二节 中国乘用车消费者需求情况分析

- 一、中国乘用车消费阶层收入状况分析
- 二、中国乘用车消费者心理及影响因素分析
- 三、一线城市、中小城市消费需求分析

第三节 中国乘用车使用环境分析

- 一、石油供求状况及对乘用车市场的影响
- 二、环保压力对乘用车市场的影响
- 三、中国城市交通系统建设对乘用车市场的影响

第四节 中国乘用车相关政策环境分析

- 一、中国近年出台的相关政策法规及影响
- 二、中国未来汽车产业政策预测
- 三、燃油标准推出将对乘用车市场带来的影响

第二章 中国乘用车市场竞争格局分析

第一节 国内生产乘用车发展态势分析及前景预测

- 一、2020年中国乘用车市场发展态势
- 二、2020年乘用车市场消费分析
- 三、2020年中国乘用车市场走势分析

第二节 自主品牌与合资品牌竞争态势分析

- 一、自主品牌、美系车、欧系车、日系车、韩系车在中国市场现状
- 二、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较
- 三、自主品牌和合资品牌汽车差距分析

第三节 乘用车分类市场比较

- 一、轿车市场现状及发展预测
- 二、MPV市场现状及发展预测

三、SUV市场现状及发展预测

四、交叉型乘用车现状及未来发展预测

第四节 微车市场、中高级乘用车市场竞争格局分析

一、微车市场发展状况及主要竞争厂家

二、中高级车市场发展状况及竞争态势

第二部分 中国中高级车市场分析

第三章 中国自主品牌必须进入中高级市场原因分析

第一节 中国自主品牌汽车面临巨大生存压力

一、中国汽车品牌遭遇内外双重夹击

二、自主品牌集体发力中高级市场

三、中国汽车行业自主品牌研发实力分析

第二节 合资品牌技术资金优势进军中低端给自主品牌带来巨大冲击

一、2020年汽车合资品牌争夺中低端市场

二、2020年合资品牌占据小型及中高级车市场情况

三、2020年合资品牌产品线下探趋势

第三节 进军中高级市场是自主品牌汽车发展壮大的必由之路

一、2020年中高级车市场格局变动分析

二、2020年自主品牌进军高端市场情况

三、自主品牌中高级车发展现状分析

第四章 中国中高级乘用车市场详细分析

第一节 中国中高级乘用车需求分析预测

一、2020年中高级市场消费群体消费行为分析

二、2020年中高级车市运动型车需求状况

三、2020年中高级车市个性化消费分析

第二节 中国中高级乘用车竞争态势分析

一、2020年我国中高级车市场竞争分析

二、2020年欧美日系布局中级车市场竞争分析

三、2020年我国三大集团中高级车市场竞争分析

四、2020年我国中高级车市场竞争分析

第三节 中国中高级乘用车市场发展态势分析

一、2017-2020年乘用车市场发展状况

二、2020年中高级车市场产销分析

三、2020年中高级车市各细分市场格局分析

四、2020年中高级车市场“运动革命”分析

五、2020年自主品牌车产销预测

第三部分 中国自主品牌汽车进军中高级市场分析

第五章 中国自主品牌汽车进军中高级市场状况

第一节 一汽集团进军中高级市场状况

- 一、一汽集团进军中高级市场规划
- 二、一汽集团推出车型及竞争力分析
- 三、一汽中高级轿车用汽油机研发情况
- 四、一汽集团自主品牌发展战略分析

第二节 上汽集团进军中高级市场状况

- 一、2020年上汽集团整车销售情况
- 二、2020年上汽集团荣威品牌发展分析
- 三、2020年上汽集团进军中高级市场动向分析
- 四、2020年上汽集团进军中高级市场前景分析

第三节 东风集团进军中高级市场状况

- 一、东风集团推出车型及竞争力分析
- 二、2020年东风集团汽车销售状况
- 三、东风集团进军中高级市场策略分析
- 四、东风悦达起亚战略体系及市场分析

第四节 奇瑞汽车进军中高级市场状况

- 一、奇瑞汽车四大品牌战略规划
- 二、奇瑞汽车进军中高级市场策略分析
- 三、奇瑞汽车推出车型及竞争力分析
- 四、奇瑞汽车进军中高级市场战略分析

第五节 吉利集团进军中高级市场状况

- 一、吉利集团三大子品牌战略规划
- 二、吉利集团推出车型及竞争力分析
- 三、吉利集团战略转型分析
- 四、未来六年吉利集团发展战略分析

第六节 比亚迪股份进军中高级市场状况

- 一、比亚迪股份进军中高级核心竞争力分析
- 二、比亚迪股份进军中高级市场策略分析
- 三、比亚迪股份推出车型及竞争力分析
- 四、2020年比亚迪股份进军中高级市场前景

第七节 江淮集团进军中高级市场状况

- 一、江淮集团转型原因及优势分析
- 二、2020年江淮集团战略业务发展分析
- 三、江淮集团直接进入中高级市场战略分析

第六章 中国自主品牌进军中高级市场主要障碍分析

第一节 中国汽车品牌自身不利因素分析

- 一、自主品牌车型体系完善情况
- 二、自主品牌发展信心问题
- 三、轿车消费群体区隔问题
- 四、自主品牌进入中大型车市场机遇问题
- 五、政府政策对自主品牌支持问题

第二节 合资品牌在中高级市场占据稳定优势

- 一、2020年合资品牌销量将主导中国车企利润走向
- 二、2020年合资品牌在中高级市场扩张分析
- 三、2020年自主品牌与合资品牌在中高级市场竞争分析

第三节 中国汽车自主品牌进军中高级市场其它障碍

- 一、2020年自主品牌销售结构问题分析
- 二、2020年自主品牌市场发展困境分析
- 三、2020年中国汽车自主品牌发展难题分析
- 四、2020年中国汽车自主品牌发展挑战分析

第七章 中国汽车自主品牌进军中高级市场有利因素分析

第一节 中国汽车市场的广阔性和复杂性给中国自主品牌发展提供了空间

- 一、2020年中高级车市场复杂性分析
- 二、2020年金融危机对中高级车市场影响
- 三、2020年自主品牌在中高级市场发展分析

第二节 中国自主品牌汽车企业自身优势分析

- 一、2020年中国自主品牌轿车销售状况
- 二、2020年自主品牌引领小排量车技术升级
- 三、2020年国产汽车自主品牌重新布局分析

第三节 中国汽车政策法规给自主品牌汽车进军中高级市场提供了支持

- 一、中国自主品牌汽车创新突破口
- 二、中国汽车产业未来技术路径
- 三、中国自主品牌汽车开拓新能源市场

四、一系列鼓励自主品牌汽车发展政策的促进作用

第八章 中国自主品牌汽车进军中高级市场投资风险分析

第一节 市场风险

一、市场能否容纳下更多中高级品牌轿车分析

二、2020年汽车市场进口车库存压力增加

三、国内自主品牌车企转型升级风险分析

第二节 技术风险

一、2020年自主品牌和自主技术分析

二、中国汽车行业自主品牌研发实力

三、自主品牌车企建海外研发中心分析

第三节 政策风险

第四节 财务风险

第四部分 中国自主品牌汽车进军中高级市场策略

第九章 日韩企业进军中高级市场的历史及对中国企业借鉴作用

第一节 丰田汽车进军中高级市场历程及对中国企业启发

一、日本汽车市场发展阶段分析

二、2020年广汽丰田在中高级车竞争分析

三、丰田发展战略分析

四、2020年丰田新战略对中国市场影响分析

五、2020年丰田在中国市场发展策略分析

第二节 本田汽车进军中高级市场历程及对中国企业启发

一、2020年第八代广汽本田雅阁称雄中高级车市场

二、2020年广汽本田发展战略分析

三、2020年本田发展遭遇产品策略瓶颈

四、2020年本田正式进军电动汽车市场

五、2020年本田在中国产销能力分析

第三节 现代汽车进军中高级市场历程及对中国企业启发

一、韩国市场发展阶段分析

二、2020年北京现代在中高级市场动向

三、2020年北京现代本土化研发策略

四、2020年现代中国战略分析

第十章 中国企业进军中国高级市场策略建议

第一节 自主品牌车企进军海外策略

一、自主品牌进军海外分析

二、培育市场以带动就业

三、热心公益尽企业责任

第二节 自主品牌车企进军中高级市场策略

一、中高级车市场双品牌战略分析

二、2020年中高级车“亲民”策略分析

三、自主品牌汽车战略转型分析

四、自主品牌角力中级车市场策略分析

五、2020年中高级车市场营销策略分析

第三节 国内自主品牌车企进军高端市场战略

一、自主品牌车企进军高端市场战略分析

二、自主品牌车企进军高端市场问题分析

三、六大国有车企“自主品牌”战略分析

第四节 自主品牌新技术突围策略分析

一、自主品牌押宝新能源

二、传统动力实现突破

三、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国自主品牌乘用车市场分析报告-产业供需现状与发展趋势分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协

会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/480867480867.html>