2019年中国汽车税收市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究

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《2019年中国汽车税收市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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/441707441707.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

人购车,不管排量大小都要缴纳购置税,并且排量越大,车价越高,购置税越多。在购车环节，在直接税和间接税并行的税制下，中国汽车消费者支付的车价里包含的税种有增值税、消费税、城建税及附加、企业所得税以及车辆购置税等。用车环节，中国汽车费者每年仅需支付约400元的车船税1.6L。目前对比美国来看，国内汽车工业税收链条依然较长，税收额偏高。

将汽车生产环节的税收部分转移到消费环节，有利于释放中国车市的潜能
1）各个地方政府一方面积极鼓励汽车生产，另一方面又对汽车限行限购，我们认为这是因为在现有的税制下，汽车在生产环节有正外部性，在消费环节有负外部性；
2）将生产环节的税收部分转移到消费环节，在需求端有利于改善用车环境，在供给端有利于行业整合、加速尾部车企出清、弱化地方保护主义；
3）将生产环节的税收部分转移到使用环节，对于消费者而言意味着以税收方式给购车加杠杆（降低购车门槛，增加后续使用费用），从被限制购买到鼓励合理使用（为使用环节的负外部性买单，让公共资源合理定价）。 资料来源：公开资料整理
中美汽车链条收税对比　资料来源：公开资料整理
增值锐方面

汽车在使用环节具有明显的负外部性，体现在交通拥堵、空气污染与停车难等环节。因此地方政府通常会采取措施对城市车流量进行控制，城市车流量的影响因素包括汽车保有量以及车辆使用频率。

国内对道路资源的定价依然采取税收+牌照费的方式（如上海、广深地区），通过提高购买环节的成本，提高门槛，从而控制城市汽车保有量，但同时也带来了汽车销量的瓶颈。

北上广深通过牌照控制防止道路过分拥堵
城市
方式
近期车牌拍卖价格
北京
摇号
免费上牌
上海
拍卖

89,695
深圳
摇号+拍卖
31,959
广州
摇号+拍卖
28,966 资料来源：各地车牌拍卖网站

降低生产环节税收

降低生产环节税收，有利于汽车行业整合，加速尾部车企出清。从 2018 年中以来，中国乘用车市场持续疲弱，业内人士普遍认为汽车行业的淘汰赛阶段已经到来。

从行业整体的角度，过去几年，汽车工业固定资产投资总额显著增长，尽管从 2017 年开始，行业固定投资增速放缓，但仍然高于同期国内汽车销量增速。

汽车行业固定资产投资额　数据来源：国家统计局
固定资产投资增速 Vs 汽车销量增速　数据来源：国家统计局

中国从 2009 年开始超过美国成为全球最大的汽车产销国，无论是从生产要素价格，还是规模效应的角度，中国乘用车应当是全球的价格洼地，但简单对比可以发现，对于各级别的乘用车在中国的定价都远高于美国。

中美同款车指导价对比

宝马 530
丰田凯美瑞
福特福克斯
中国
46.4
24.0
10.9
美国
36.7
16.6
9.8
差额

9.7

7.4

1.1 资料来源：车企官网

将税收从生产环节向消费环节转移，相当于通过税收方式为购车加金融杠杆，既降低了购车门槛，又有利于消费者合理使用私家车。对于消费者而言，车价的下降有利于拉动销量，而用车成本的提升有利于车主合理用车，提高了现有社会承载力下可以承受的保有量上限。

另外在在使用环节上，部分人口密度较高的城市可参考新加坡、伦敦及美国，将车的全生命周期成本从购买环节向使用环节转移，有助于提高国内汽车容量，同时鼓励消费者合理用车，降低日常用车频次。（ww）

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。《2019年中国汽车税收市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2019年中国汽车税收行业发展概述

第一节 汽车税收行业发展情况概述
一、汽车税收行业相关定义
二、汽车税收行业基本情况介绍
三、汽车税收行业发展特点分析
第二节 中国汽车税收行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、汽车税收行业产业链条分析
三、中国汽车税收行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国汽车税收行业生命周期分析
一、汽车税收行业生命周期理论概述
二、汽车税收行业所属的生命周期分析
第四节 汽车税收行业经济指标分析
一、汽车税收行业的赢利性分析
二、汽车税收行业的经济周期分析
三、汽车税收行业附加值的提升空间分析
第五节 中国汽车税收行业进入壁垒分析
一、汽车税收行业资金壁垒分析
二、汽车税收行业技术壁垒分析
三、汽车税收行业人才壁垒分析
四、汽车税收行业品牌壁垒分析
五、汽车税收行业其他壁垒分析
第二章 2016-2019年全球汽车税收行业市场发展现状分析
第一节 全球汽车税收行业发展历程回顾
第二节 全球汽车税收行业市场区域分布情况
第三节 亚洲汽车税收行业地区市场分析
一、亚洲汽车税收行业市场现状分析
二、亚洲汽车税收行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲汽车税收行业市场前景分析
第四节 北美汽车税收行业地区市场分析
一、北美汽车税收行业市场现状分析
二、北美汽车税收行业市场规模与市场需求分析
三、北美汽车税收行业市场前景分析
第五节 欧盟汽车税收行业地区市场分析

一、欧盟汽车税收行业市场现状分析
二、欧盟汽车税收行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟汽车税收行业市场前景分析
第六节 2019-2025年世界汽车税收行业分布走势预测
第七节 2019-2025年全球汽车税收行业市场规模预测
第三章 中国汽车税收产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品汽车税收总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节 中国汽车税收行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国汽车税收产业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、消费观念分析
第四章 中国汽车税收行业运行情况
第一节 中国汽车税收行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国汽车税收行业市场规模分析
第三节 中国汽车税收行业供应情况分析
第四节 中国汽车税收行业需求情况分析
第五节 中国汽车税收行业供需平衡分析
第六节 中国汽车税收行业发展趋势分析
第五章 中国汽车税收所属行业运行数据监测
第一节 中国汽车税收所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节 中国汽车税收所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节 中国汽车税收所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析
第六章 2016-2019年中国汽车税收市场格局分析
第一节 中国汽车税收行业竞争现状分析
一、中国汽车税收行业竞争情况分析
二、中国汽车税收行业主要品牌分析
第二节 中国汽车税收行业集中度分析
一、中国汽车税收行业市场集中度分析
二、中国汽车税收行业企业集中度分析
第三节 中国汽车税收行业存在的问题
第四节 中国汽车税收行业解决问题的策略分析
第五节 中国汽车税收行业竞争力分析
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用
第七章 2016-2019年中国汽车税收行业需求特点与动态分析
第一节 中国汽车税收行业消费市场动态情况
第二节 中国汽车税收行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好

第三节 汽车税收行业成本分析
第四节 汽车税收行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、渠道因素
四、其他因素
第五节 中国汽车税收行业价格现状分析
第六节 中国汽车税收行业平均价格走势预测
一、中国汽车税收行业价格影响因素
二、中国汽车税收行业平均价格走势预测
三、中国汽车税收行业平均价格增速预测
第八章 2016-2019年中国汽车税收行业区域市场现状分析
第一节 中国汽车税收行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区汽车税收市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区汽车税收市场规模分析
四、华东地区汽车税收市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区汽车税收市场规模分析
四、华中地区汽车税收市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区汽车税收市场规模分析
四、华南地区汽车税收市场规模预测
第九章 2016-2019年中国汽车税收行业竞争情况
第一节 中国汽车税收行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力

第二节 中国汽车税收行业SWOT分析
一、行业优势分析
二、行业劣势分析
三、行业机会分析
四、行业威胁分析
第三节 中国汽车税收行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境
第十章 汽车税收行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第二节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况

四、公司优劣势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第十一章 2019-2025年中国汽车税收行业发展前景分析与预测
第一节 中国汽车税收行业未来发展前景分析
一、汽车税收行业国内投资环境分析
二、中国汽车税收行业市场机会分析
三、中国汽车税收行业投资增速预测
第二节 中国汽车税收行业未来发展趋势预测
第三节 中国汽车税收行业市场发展预测
一、中国汽车税收行业市场规模预测
二、中国汽车税收行业市场规模增速预测
三、中国汽车税收行业产值规模预测
四、中国汽车税收行业产值增速预测
五、中国汽车税收行业供需情况预测
第四节 中国汽车税收行业盈利走势预测
一、中国汽车税收行业毛利润同比增速预测
二、中国汽车税收行业利润总额同比增速预测
第十二章 2019-2025年中国汽车税收行业投资风险与营销分析
第一节 汽车税收行业投资风险分析
一、汽车税收行业政策风险分析
二、汽车税收行业技术风险分析
三、汽车税收行业竞争风险分析
四、汽车税收行业其他风险分析
第二节 汽车税收行业企业经营发展分析及建议
一、汽车税收行业经营模式
二、汽车税收行业销售模式
三、汽车税收行业创新方向
第三节 汽车税收行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国汽车税收行业发展战略及规划建议
第一节 中国汽车税收行业品牌战略分析
一、汽车税收企业品牌的重要性
二、汽车税收企业实施品牌战略的意义
三、汽车税收企业品牌的现状分析
四、汽车税收企业的品牌战略
五、汽车税收品牌战略管理的策略
第二节 中国汽车税收行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节 中国汽车税收行业战略综合规划分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第十四章 2019-2025年中国汽车税收行业发展策略及投资建议
第一节 中国汽车税收行业产品策略分析
一、服务产品开发策略
二、市场细分策略
三、目标市场的选择
第二节 中国汽车税收行业定价策略分析
第三节 中国汽车税收行业营销渠道策略
一、汽车税收行业渠道选择策略
二、汽车税收行业营销策略
第四节 中国汽车税收行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国汽车税收行业重点投资区域分析
二、中国汽车税收行业重点投资产品分析
图表详见正文·····

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/441707441707.html