

2021年中国自主品牌汽车产业分析报告- 市场深度分析与发展趋势分析

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《2021年中国自主品牌汽车产业分析报告-市场深度分析与发展趋势分析》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/532261532261.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

自主品牌汽车是指由企业自主研发,拥有自主知识产权的汽车品牌。我国常见的自主品牌汽车包括比亚迪、长城汽车、吉利汽车、奇瑞汽车、上汽、五菱、夏利、红旗等。根据使用用途,自主品牌汽车可分为基本型乘用车、多用途车、运动型多用途车、专用乘用车、交叉乘用车。

自主品牌汽车分类 数据来源:公开资料整理

根据数据显示,2019年,我国自主品牌汽车行业市场规模为1023.7亿元,较上年同比增长2.5%;2020年,我国自主品牌汽车行业市场规模为**亿元,较上年同比增长**%。

2015-2020年我国自主品牌汽车行业市场规模及增速 数据来源:公开资料整理

一、优势分析

(1)与同层次进口车、合资车相比,自主品牌汽车价格明显较低,对消费能力不高和要求不高的人群具有较大的吸引力。

(2)我国国民具有较为浓厚的民族情结,消费者在主观上更倾向于支持我国自主品牌汽车的发展。

(3)面对新造车势力的快速发展,我国传统自主品牌汽车企业利用完善的产业链体系、技术积累等优势,开发新能源汽车,推动行业进一步发展。

(4)近年来,多个自主品牌汽车企业推出高端车型,提高了品牌溢价能力,并获得了消费者的认可。如2018年,蔚来汽车发布“ES6”智能电动汽车;2019年,小鹏汽车发布“G3”智能纯电动SUV;吉利汽车打造领克品牌,领克01上市时取得过“137”秒销售6000辆的表现;长城汽车发布WEY高端品牌汽车等。

我国自主品牌汽车行业优势分析 数据来源:公开资料整理

二、劣势分析

(1)技术落后:无论是汽车的外观设计,还是整车制造,我国自主品牌汽车都没有掌握领先于其他品牌的核心技术,因此缺乏核心竞争力。

(2)质量一般:我国自主品牌汽车的质量问题是阻碍其发展的重要因素之一。掌握汽车的核心技术是基础,而真正把好质量关仍需要企业做出更大的努力。

(3)自主创新能力不足:目前,我国汽车市场的模仿现象较为严重,自主创新能力不足,“技术空心化”问题已经日益凸显。自主车型的低端产品形象已经较为稳固地定位在我国消费者的心目中。

我国自主品牌汽车行业劣势分析 数据来源:公开资料整理

三、机遇分析

(1)近年来,我国发布一系列利好政策促进汽车行业发展。政策从长期发展规划、投资主体汽车产业未来发展方向等方面为中国自主品牌企业的发展指明方向,推动中国自主品牌汽车企业向智能网联车和新能源汽车方向发展。

我国自主品牌汽车行业相关政策

颁布日期

政策名称

制定部门

主要内容

2019年7月

《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》修正案(征求意见稿)

工业和信息化部

鼓励发展更加节能的车型，支持以三元锂电池为代表的高能量密度的电池发展，这项政策有助于中国新能源乘用车产销量保持稳定增长

2018年12月

《车联网(智能网联汽车)产业发展行动计划》

工业和信息化部

预计到2030年，实现智能汽车跨行业融合，利用5G通信技术等新技术,构建支持L3及以上智能驾驶汽车的技术体系

2018年7月

《汽车产业投资管理规定(征求意见稿)》

国务院

指出要规范汽车市场主体的投资行为，对社会资本加以引导，防范无序发展和盲目建设，科学规划新能源车行业格局，鼓励现有自主车企加大对新能源汽车的投入，调整产品结构，发展新能源汽车

2018年6月

《国家车联网产业标准体系建设指南(总体要求)》

工业和信息化部、国家标准管理委员会

建设车联网产业的整体标准体系，对环境感知、决策预警、信息交互、执行系统等产品和应用制定通用规范方向，对信息通信技术、网络和设备建设信息通信标准体系

2017年4月

《汽车产业中长期发展规划》

工业和信息化部、发改委、科技部

指出通过十年的努力，进入世界汽车强国行列，重点任务是完善创新体系、攻关核心技术、推进行业支撑平台建设，加快发展新能源汽车、智能网联汽车、节能汽车等关键领域，引领产业转型升级

2016年7月

《智能网联汽车发展技术路线图》

工业和信息化部

对智能网联车发展需要的核心技术和发展路径做出规划，明确智能网联汽车的分级，到2025年实现高度及完全自动驾驶数据来源：公开资料整理

(2) 2013年，我国政府提出“一带一路”倡议。“一带一路”倡议鼓励我国自主品牌汽车企业制定发展战略计划，积极实现汽车出口，比亚迪、广汽、华晨、吉利、奇瑞等车企表现活跃。如比亚迪的纯电动出租车和纯电动巴士已在全球6大洲、超过50个国家和地区以及200个城市销售。

(3) 汽车研发投入经费逐年增多在一定程度上促进了自主品牌汽车行业整体研发能力不断提升。根据数据显示，我国汽车制造R&D经费由2014年的787.2亿元增长至2019年1289.6亿元。

2014-2019年我国汽车制造R&D经费及增速 数据来源：公开资料整理

(4) 我国汽车工业自主创新人才队伍逐步壮大，为自主品牌汽车行业的发展提供了坚实的力量。根据数据显示，我国汽车制造业规模以上工业企业R&D人员由2013年的251289人上升至2017年的337408人。

2013-2017年我国汽车制造业规模以上工业企业R&D人员及增速 数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 市场需求下降威胁：自主品牌汽车作为乘用车的细分领域，较易受到销量下降影响。根据数据显示，2019年，我国汽车销量为2576.9万辆，较上年同比下降8.2%；2020年，我国汽车销量为2531.1万辆，较上年同比下降1.8%。

2015-2020年我国汽车销量及增速 数据来源：公开资料整理

(2) 消费意愿降低威胁：近年来，我国居民人均交通和通信支出增速放缓，相比之下，人均居住支出增长明显。这表明消费者对于汽车等消费品的消费意愿有所降低。

根据数据显示，2019年，我国居民人均交通和通信支出为2862元，较上年同比增长7%；2020年，我国居民人均交通和通信支出为2762元，较上年同比下降3.5%。

2016-2020年我国居民人均交通和通信支出及增速 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国居民人均居住支出为6780元，较上年同比增长8.4%；2020年，我国居民人均居住支出为6958元，较上年同比增长2.6%。

2016-2020年我国居民人均居住支出及增速 数据来源：公开资料整理 (zlj)

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国自主品牌汽车产业分析报告-市场深度分析与发展趋势分析》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、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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国自主品牌汽车行业发展概述

第一节 自主品牌汽车行业发展情况概述

- 一、自主品牌汽车行业相关定义
- 二、自主品牌汽车行业基本情况介绍
- 三、自主品牌汽车行业发展特点分析
- 四、自主品牌汽车行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、自主品牌汽车行业需求主体分析

第二节 中国自主品牌汽车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、自主品牌汽车行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制

四、中国自主品牌汽车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国自主品牌汽车行业生命周期分析

一、自主品牌汽车行业生命周期理论概述

二、自主品牌汽车行业所属的生命周期分析

第四节 自主品牌汽车行业经济指标分析

一、自主品牌汽车行业的赢利性分析

二、自主品牌汽车行业的经济周期分析

三、自主品牌汽车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国自主品牌汽车行业进入壁垒分析

一、自主品牌汽车行业资金壁垒分析

二、自主品牌汽车行业技术壁垒分析

三、自主品牌汽车行业人才壁垒分析

四、自主品牌汽车行业品牌壁垒分析

五、自主品牌汽车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球自主品牌汽车行业市场发展现状分析

第一节 全球自主品牌汽车行业发展历程回顾

第二节 全球自主品牌汽车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲自主品牌汽车行业地区市场分析

一、亚洲自主品牌汽车行业市场现状分析

二、亚洲自主品牌汽车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲自主品牌汽车行业市场前景分析

第四节 北美自主品牌汽车行业地区市场分析

一、北美自主品牌汽车行业市场现状分析

二、北美自主品牌汽车行业市场规模与市场需求分析

三、北美自主品牌汽车行业市场前景分析

第五节 欧洲自主品牌汽车行业地区市场分析

一、欧洲自主品牌汽车行业市场现状分析

二、欧洲自主品牌汽车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲自主品牌汽车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界自主品牌汽车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球自主品牌汽车行业市场规模预测

第三章 中国自主品牌汽车产业发展环境分析

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、全社会消费品自主品牌汽车总额
- 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 中国自主品牌汽车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国自主品牌汽车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 中国自主品牌汽车行业运行情况

第一节 中国自主品牌汽车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 中国自主品牌汽车行业市场规模分析

第三节 中国自主品牌汽车行业供应情况分析

第四节 中国自主品牌汽车行业需求情况分析

第五节 我国自主品牌汽车行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国自主品牌汽车行业供需平衡分析

第七节 中国自主品牌汽车行业发展趋势分析

第五章 中国自主品牌汽车所属行业运行数据监测

第一节 中国自主品牌汽车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 中国自主品牌汽车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 中国自主品牌汽车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 2017-2020年中国自主品牌汽车市场格局分析

第一节 中国自主品牌汽车行业竞争现状分析

一、中国自主品牌汽车行业竞争情况分析

二、中国自主品牌汽车行业主要品牌分析

第二节 中国自主品牌汽车行业集中度分析

一、中国自主品牌汽车行业市场集中度影响因素分析

二、中国自主品牌汽车行业市场集中度分析

第三节 中国自主品牌汽车行业存在的问题

第四节 中国自主品牌汽车行业解决问题的策略分析

第五节 中国自主品牌汽车行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国自主品牌汽车行业需求特点与动态分析

第一节 中国自主品牌汽车行业消费市场动态情况

第二节 中国自主品牌汽车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 自主品牌汽车行业成本结构分析

第四节 自主品牌汽车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 中国自主品牌汽车行业价格现状分析

第六节 中国自主品牌汽车行业平均价格走势预测

一、中国自主品牌汽车行业价格影响因素

二、中国自主品牌汽车行业平均价格走势预测

三、中国自主品牌汽车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国自主品牌汽车行业区域市场现状分析

第一节 中国自主品牌汽车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区自主品牌汽车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区自主品牌汽车市场规模分析

四、华东地区自主品牌汽车市场规模预测

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、华中地区自主品牌汽车市场规模分析

四、华中地区自主品牌汽车市场规模预测

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、华南地区自主品牌汽车市场规模分析

四、华南地区自主品牌汽车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国自主品牌汽车行业竞争情况

第一节 中国自主品牌汽车行业竞争结构分析（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 中国自主品牌汽车行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国自主品牌汽车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 自主品牌汽车行业企业分析（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 2021-2026年中国自主品牌汽车行业发展前景分析与预测

第一节 中国自主品牌汽车行业未来发展前景分析

一、自主品牌汽车行业国内投资环境分析

二、中国自主品牌汽车行业市场机会分析

三、中国自主品牌汽车行业投资增速预测

第二节 中国自主品牌汽车行业未来发展趋势预测

第三节 中国自主品牌汽车行业市场发展预测

一、中国自主品牌汽车行业市场规模预测

二、中国自主品牌汽车行业市场规模增速预测

三、中国自主品牌汽车行业产值规模预测

四、中国自主品牌汽车行业产值增速预测

五、中国自主品牌汽车行业供需情况预测

第四节 中国自主品牌汽车行业盈利走势预测

一、中国自主品牌汽车行业毛利润同比增速预测

二、中国自主品牌汽车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国自主品牌汽车行业投资风险与营销分析

第一节 自主品牌汽车行业投资风险分析

一、自主品牌汽车行业政策风险分析

二、自主品牌汽车行业技术风险分析

三、自主品牌汽车行业竞争风险

四、自主品牌汽车行业其他风险分析

第二节 自主品牌汽车行业应对策略

- 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 2021-2026年中国自主品牌汽车行业发展战略及规划建议

第一节 中国自主品牌汽车行业品牌战略分析

- 一、自主品牌汽车企业品牌的重要性
- 二、自主品牌汽车企业实施品牌战略的意义
- 三、自主品牌汽车企业品牌的现状分析
- 四、自主品牌汽车企业的品牌战略
- 五、自主品牌汽车品牌战略管理的策略

第二节 中国自主品牌汽车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 中国自主品牌汽车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

第四节 自主品牌汽车行业竞争力提升策略

- 一、自主品牌汽车行业产品差异性策略
- 二、自主品牌汽车行业个性化服务策略
- 三、自主品牌汽车行业的促销宣传策略
- 四、自主品牌汽车行业信息智能化策略
- 五、自主品牌汽车行业品牌化建设策略
- 六、自主品牌汽车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国自主品牌汽车行业发展策略及投资建议

第一节 中国自主品牌汽车行业产品策略分析

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 中国自主品牌汽车行业营销渠道策略

一、自主品牌汽车行业渠道选择策略

二、自主品牌汽车行业营销策略

第三节 中国自主品牌汽车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国自主品牌汽车行业重点投资区域分析

二、中国自主品牌汽车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/532261532261.html>