

2018年中国乘用车行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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《2018年中国乘用车行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/340537340537.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、国际比较：我国乘用车保有量仍偏低 随着我国人均收入不断上升，汽车的普及程度也随之提高，2006 年至 2016 年我国人均 GDP 增长了 3.22 倍，千人汽车保有量增长了 3.68 倍；但与发达国家比较仍有较大差距，2016 年我国千人汽车保有量为 140 辆，远低于发达国家的平均水平，也低于全球平均水平 158 辆。同时我国汽车保有量也存在着地区发展不平衡的情况，中部人口密集的省份汽车千人保有量远小于沿海地区。

在人均 GDP 达到 1 万美元时，日本、韩国的千人汽车保有量为 200 辆，目前我国人均 GDP 约 8000 美元，千人汽车拥有量仅为 140 辆。

伴随着中国城镇化加速、居民人均可支配收入增长，预计我国汽车千人保有量仍有增长空间。

图表：我国人均GDP和千人汽车保有量

图表来源：公开资料整理

图表：全球主要国家千人汽车保有量汽车

图表来源：公开资料整理

二、不同发展阶段，不同区域乘用车需求不同 乘用车消费需求与收入相关，为了探究经济实力不同省市对于乘用车需求释放的影响，我们分别计算 2000-2007 年以及 2007-2012 年两阶段各省市城镇每百户家庭汽车保有量复合增速。

在 2000-2007 年阶段，全国城镇每百户汽车保有量年均复合增速为 42.5%，年均复合增速排名前五的省市为江苏、上海、山东、浙江和天津，增速分别高达 91%、90%、74.6%、61.7%和 61%，远高于同期其他省市水平。通过计算同期各省市人均 GDP 水平，江苏、上海、山东、浙江、天津的经济水平也明显处于较高水平。由此可以推断在乘用车刚进入家庭阶段，需求释放主要来自于这些经济发达省市需求带动。

图表：2000-2007年保有量高增速省市

图表来源：公开资料整理

图表：2000-2007年各省市人均GDP水平（元）

图表来源：公开资料整理

在 2007-2012 年阶段，全国保有量增速已有所回落，此阶段增速前列省市依次为安徽、江西、陕西、河南等非传统经济强省，以上各省在此阶段年均复合增速均达到了 50%以上水平，远远领先于全国水平；而这些省市在 2000-2007 年阶段增速还处于比较低的水平，其中安徽、新疆、江西复合增速仅为 1.1%、11.9%、16%；这些省市保有量增速在 2007-2012 年阶段均有了大幅增长。江苏、上海、山东、浙江等此前增速较快的省市，在 2007 年之后增速开始大幅放缓，其中上海、浙江、山东年均复合增速分别为16.4%、21.3%，27.1%，甚至低于全国平均水平。由此可推断在乘用车需求释放的过程中，增量主要是由安徽、江西、陕西、河南等经济次发展的省市的需求增长带动的。

图表：2007-2012年保有量高增速省市

图表来源：公开资料整理

图表：部分省市两阶段增速对比

图表来源：公开资料整理

三、收入水平决定了需求释放程度 为了探究经济实力不同省市对于需求的影响，我们进一步地将上述 31 个省市按照人均 GDP 的大小划分为较高收入省市、中等收入省市、和较低收入省市，再将各个省市自 1998 年至 2016 年的人均 GDP 进行平均后，各省市人均 GDP 呈现出比较显著的差距，划分的标准为人均 GDP 高于 35000 元的省市为较高收入省市，高于 20000 元的为中等收入省市，低于 20000 元的为较低收入省市。

图表：省市按人均GDP分组结果（单位：元）

图表来源：公开资料整理

我们可以看出，从 2000 年-2005 年左右，较高收入省市的汽车保有量增速较高，复合平均增速达到 55%，2005 年较高收入省市每百户家庭保有 7.3 辆，同期中等和较低省市保有量只有不到两辆，该时期较高收入省市保有量的高基数和高增长对高增长时期的行业起了主要的推动作用。

从 2006 年开始到 2012 年，较高收入省市保有量增速逐渐下滑，而中等收入省市的保有量增速开始逐渐上升，6 年间平均复合增速达到 41.4%，同期低等收入省市的增速也开始逐渐上升，6 年间平均复合增速为 37%，城镇每百户家庭汽车保有量也分别上升到 20.13 辆和 19.71 辆，和较高收入城市差距有较大下降。较高收入省市保有量增速下滑，中等收入和较低收入省市保有量增速上升对较高增速阶段的行业起了主要的推动作用。

从 2013 年开始，三个等级省市的汽车保有量增速都下滑至 20% 以内，主要原因是随着多年的收入增长，家庭汽车保有量已经有了较高的基数，继续保持较高增长已经很难实现。2016 年低等收入省市城镇每百户家庭汽车保有量为 32 辆，同期较高收入和低等收入省市该数值分别为 42.5 和 31.5 辆。2016 年较高收入省市、中等收入省市和较低收入省市的人均 GDP 分别为 49629、25627 和 16741 元。人均 GDP 所呈现出的差距远大于汽车保有量所呈现出的差距，较高收入省市如上海、北京、江苏、广东等该地区城镇人口占比较大，整体经济实力较强，而低等收入省市如安徽、河南、广西等不仅仅属于人口大省，三四线城市以及农村人口占了绝大的比例。近些年随着三四线城市以及农村人均收入逐渐提高以及国产车价格逐渐下降，使得该部分人群成为购置汽车的力量。随着一二线城市购车增速放缓，三、四、五线城市的购车节奏开始加快，而较低收入省市在三四五线城市的比例上相对更大，由此带来此阶段保有量的增长。

图表：省市分组汽车保有量增速

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国乘用车行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前

景、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。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 2016-2018年中国乘用车行业发展概述

第一节 乘用车行业发展情况概述

- 一、乘用车行业相关定义
- 二、乘用车行业基本情况介绍
- 三、乘用车行业发展特点分析

第二节 中国乘用车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、乘用车行业产业链条分析
- 三、中国乘用车行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国乘用车行业生命周期分析

- 一、乘用车行业生命周期理论概述
- 二、乘用车行业所属的生命周期分析

第四节 乘用车行业经济指标分析

- 一、乘用车行业的赢利性分析
- 二、乘用车行业的经济周期分析
- 三、乘用车行业附加值的提升空间分析

第五节 国中乘用车行业进入壁垒分析

- 一、乘用车行业资金壁垒分析
- 二、乘用车行业技术壁垒分析
- 三、乘用车行业人才壁垒分析
- 四、乘用车行业品牌壁垒分析
- 五、乘用车行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球乘用车行业市场发展现状分析

第一节 全球乘用车行业发展历程回顾

第二节 全球乘用车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲乘用车行业地区市场分析

- 一、亚洲乘用车行业市场现状分析
- 二、亚洲乘用车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲乘用车行业市场前景分析

第四节 北美乘用车行业地区市场分析

- 一、北美乘用车行业市场现状分析
- 二、北美乘用车行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美乘用车行业市场前景分析

第五节 欧盟乘用车行业地区市场分析

- 一、欧盟乘用车行业市场现状分析
- 二、欧盟乘用车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟乘用车行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界乘用车行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球乘用车行业市场规模预测

第三章 中国乘用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、全社会消费品乘用车总额

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 中国乘用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 中国乘用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 中国乘用车行业运行情况

第一节 中国乘用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 中国乘用车行业市场规模分析

第三节 中国乘用车行业供应情况分析

第四节 中国乘用车行业需求情况分析

第五节 中国乘用车行业供需平衡分析

第六节 中国乘用车行业发展趋势分析

第五章 中国乘用车所属行业运行数据监测

第一节 中国乘用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 中国乘用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 中国乘用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 2016-2018年中国乘用车市场格局分析

第一节 中国乘用车行业竞争现状分析

- 一、中国乘用车行业竞争情况分析
- 二、中国乘用车行业主要品牌分析

第二节 中国乘用车行业集中度分析

- 一、中国乘用车行业市场集中度分析
- 二、中国乘用车行业企业集中度分析

第三节 中国乘用车行业存在的问题

第四节 中国乘用车行业解决问题的策略分析

第五节 中国乘用车行业竞争力分析

- 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 2016-2018年中国乘用车行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国乘用车行业消费特点

第二节 中国乘用车行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 乘用车行业成本分析

第四节 乘用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 中国乘用车行业价格现状分析

第六节中国乘用车行业平均价格走势预测

- 一、中国乘用车行业价格影响因素
- 二、中国乘用车行业平均价格走势预测
- 三、中国乘用车行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国乘用车行业区域市场现状分析

第一节 中国乘用车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地乘用车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区乘用车市场规模分析
- 四、华东地区乘用车市场规模预测

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、华中地区乘用车市场规模分析
- 四、华中地区乘用车市场规模预测

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、华南地区乘用车市场规模分析

第九章 2016-2018年中国乘用车行业竞争情况

第一节 中国乘用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 中国乘用车行业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 中国乘用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 乘用车行业企业分析（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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国乘用车行业发展前景分析与预测

第一节中国乘用车行业未来发展前景分析

一、乘用车行业国内投资环境分析

二、中国乘用车行业市场机会分析

三、中国乘用车行业投资增速预测

第二节中国乘用车行业未来发展趋势预测

第三节中国乘用车行业市场发展预测

一、中国乘用车行业市场规模预测

二、中国乘用车行业市场规模增速预测

三、中国乘用车行业产值规模预测

四、中国乘用车行业产值增速预测

五、中国乘用车行业供需情况预测

第四节中国乘用车行业盈利走势预测

- 一、中国乘用车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国乘用车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国乘用车行业投资风险与营销分析

第一节 乘用车行业投资风险分析

- 一、乘用车行业政策风险分析
- 二、乘用车行业技术风险分析
- 三、乘用车行业竞争风险分析
- 四、乘用车行业其他风险分析

第二节 乘用车行业企业经营发展分析及建议

- 一、乘用车行业经营模式
- 二、乘用车行业销售模式
- 三、乘用车行业创新方向

第三节 乘用车行业应对策略

- 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 2018-2024年中国乘用车行业发展策略及投资建议

第一节 中国乘用车行业品牌战略分析

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

第二节 中国乘用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 中国乘用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

第十四章 2018-2024年中国乘用车行业发展策略及投资建议

第一节中国乘用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 中国乘用车行业定价策略分析

第三节中国乘用车行业营销渠道策略

一、乘用车行业渠道选择策略

二、乘用车行业营销策略

第四节中国乘用车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国乘用车行业重点投资区域分析

二、中国乘用车行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/340537340537.html>