

# 2018年中国乘用车行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://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趋势研究》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/332111332111.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

我国汽车行业从 2001 年以来一直保持高速增长，乘用车在 2015 年突破年销量 2000 万辆大关，在购置税优惠等诸多利好的刺激下在 2016 年达到 2357 万辆，同比增速达到 18%。国务院从 2015 年第四季度到 2016 年年底对购买 1.6 升及以下排量乘用车实施减半征收车辆购置税的优惠政策，2017 年政策红利结束，乘用车需求已经有一定透支，乘用车同比增速迅速下滑，上半年同比增速仅 2%，进入下半年优惠政策边际效应递减，行业逐渐回暖，预计全年 3-4% 同比增速。我们建议从不同角度把握细分行业机会。

我们从分排量的角度对乘用车销量进行分析，1 月至 10 月，排量低于或等于 1.6 升的低排量总销量 1333 万辆，排量高于 1.6 升的汽车销量为 556 万辆，低排量车销量占比 70%。

由此可见低排量乘用车的体量还是远大于高排量乘用车的，其中低排量的 1.6 升及以下的汽车销量最好。17 上半年由于购置税优惠政策退坡影响，低排量汽车 4 月同比增速达到 -10%，但随着下半年购置税影响消失，行业逐步回暖，增速有所回升。高排量车前 10 月增速平稳，因为没有受到购置税退坡的影响，且消费升级带来的乘用车结构需求上移。

图：低排量乘用车销量情况（单位：百万辆）

图：高排量乘用车近三年销售情况（单位：万辆） 另外，我们从不同国别分析乘用车行业的结构性机会，自主品牌将迎来分化，龙头企业市场份额将进一步提升。日系德系市场份额稳定，韩系市场份额去年迅速下滑。今年 10 月，我国汽车市场狭义乘用车批发销量达到 2,316,035 辆，较 2016 年 10 月的 2,311,363 辆同比增长 0.2%，环比 9 月份的 2,301,961 辆增长 0.6%。

图：2012-2017 狭义乘用车月度销量变化（单位：万辆） 合资品牌车企的市场占有率情况分化明显，日系和德系车企的市场占有率相对稳定，历年均保持在 15%—18% 之间，美系市场份额保持在 12% 左右。受中韩关系影响，韩系车企市场份额自 2016 年开始明显下滑，今年市场占有率不到 5%，同时日系有小幅上涨，占有率达到 17%，缘于日韩车价格和品质类似，有一定替代性，韩系市场份额下滑导致的需求转移间接利好日系品牌在国内的销量。

自主品牌的销售逐步进入增长周期，2016 年自主品牌销量首次超过千万辆，共销售 1052.86 万辆，同比增长 20.50%，增速仅次于日系车。2017 年前十个月，自主品牌市场占有率为 43%。自主品牌的崛起已成必然事件，未来市占率有望逆袭合资品牌。

自主品牌的崛起的关键是抓住了 SUV 细分行业的红利以及 15 万以下乘用车市场合资品牌空档的机遇。自 2011 年以来，我国自主品牌 SUV 销售不断上升，且继续保持增长态势，2017 年前 10 月市占率已达到 63%。随着前期自主 SUV 火爆销售带来的品牌效应以及技术累积，带动轿车自主品牌销售回暖，2017 年前 4 月市占率提升至 21%

图：各国乘用车市场份额（单位：%） 图：2017 年前 10 月汽车市场占有率（单位：%）

图：2017 年前 10 月乘用车销量占比（单位：%） 图：乘用车近 12 个月销量（单位：万辆）

) 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趋势研究》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统计局规模企业统计数据库及乘用车交易所等，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、乘用车T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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年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、全社会消费品零售总额

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、乘用车环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

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 2015-2017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 2015-2017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

第二节 乘用车行业成本分析

### 第三节 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

### 第四节 中国乘用车行业价格现状分析

### 第五节 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 2015-2017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 2015-2017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（乘用车T）

- 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
- 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

第二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

第三节中国乘用车行业价格策略

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（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/332111332111.html>