

2020年中国轿车市场前景研究报告- 市场竞争现状与前景评估预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国轿车市场前景研究报告-市场竞争现状与前景评估预测》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：<https://baogao.chinabaogao.com/qiche/509548509548.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 轿车简介

第一节 汽车概述

- 一、汽车的定义
- 二、汽车的基本构造
- 三、汽车的分类
- 四、汽车车身的演变
- 五、国产汽车产品型号编制规则

第二节 轿车介绍

- 一、轿车的定义
- 二、国外轿车分类
- 三、国内轿车分类

第二章 2017-2020年汽车行业发展分析

第一节 2017-2020年国际汽车行业发展概况

- 一、国际汽车工业发展变化特征
- 二、2018年世界汽车工业发展状况
- 三、2019年世界汽车工业发展状况
- 四、2020年世界汽车工业发展态势

第二节 中国汽车行业发展概况

- 一、中国汽车行业发展历程回顾
- 二、中国已成国际最大的汽车市场
- 三、“十二五”时期中国汽车工业发展综述
- 四、中国汽车产业自主品牌发展分析

第三节 2017-2020年中国汽车行业发展分析

- 一、2018年中国汽车行业发展分析
- 二、2019年中国汽车工业运行状况
- 三、2020年中国汽车工业运行现状

第四节 中国汽车业发展存在的问题

- 一、中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈
- 二、中国汽车市场存在的主要问题
- 三、中国汽车产业仍大大而不强

四、中国汽车行业品牌国际化存在的不足

第五节 中国汽车业的发展对策

- 一、促进汽车消费市场发展的措施建议
- 二、中国汽车行业品牌国际化的对策建议
- 三、中国汽车行业可持续发展的措施
- 四、中国新能源汽车产业化发展建议
- 五、汽车产业未来发展应遵循的方向

第三章 2017-2020年国际轿车行业发展分析

第一节 2017-2020年世界轿车行业概况

- 一、节能环保小型车畅销国外轿车市场
- 二、世界轿车市场畅销排名分析
- 三、欧盟轿车市场价格运行概述
- 四、国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场
- 五、全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用

第二节 美国

- 一、美国轿车市场发展回顾
- 二、美国轿车市场发展现状
- 三、美国轿车市场发展动态

第三节 德国

- 一、德国轿车行业发展回顾
- 二、德国轿车行业发展现状
- 三、德国轿车行业发展动态

第四节 日本

- 一、日本轿车销量首跌
- 二、日本轿车全球市场销售状况
- 三、日系轿车在华市场份额减少的原因
- 四、日本轿车市场销售排名概况

第五节 俄罗斯

- 一、俄罗斯轿车行业产销概况
- 二、俄罗斯轿车进出口概况
- 三、俄罗斯轿车行业发展特点
- 四、俄罗斯轿车行业发展动态

第四章 2017-2020年中国轿车行业状况

第一节 中国轿车行业概况

- 一、中国轿车行业发展历程
- 二、我国轿车行业运行综况
- 三、中国轿车市场从透支到正常的变化分析
- 四、国家节能汽车补贴政策对轿车行业的影响分析
- 五、中国轿车市场品牌结构分析

第二节 2017-2020年中国轿车市场发展分析

- 一、中国轿车行业发展回顾
- 二、中国轿车市场走势特点
- 三、中国轿车行业发展状况
- 四、中国轿车行业发展动态

第三节 2017-2020年全国基本型乘用车（轿车）产量分析

- 一、2017-2020年全国基本型乘用车（轿车）产量趋势
- 二、2018年全国基本型乘用车（轿车）产量情况
- 三、2019年全国基本型乘用车（轿车）产量情况
- 四、2020年全国基本型乘用车（轿车）产量情况
- 五、基本型乘用车（轿车）产量分布情况

第四节 2017-2020年中国轿车市场消费分析

- 一、中国轿车市场的消费形势变化分析
- 二、影响轿车消费的主要因素
- 三、我国轿车市场消费者需求调查分析
- 四、对中国轿车消费市场的建议

第五节 价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读

- 一、价值分析方法
- 二、价值分析对轿车国产化的用途分析
- 三、轿车国产化项目的价值分析过程解读

第六节 中国轿车业发展存在的问题与对策分析

- 一、中国轿车产业发展过程中存在的问题
- 二、中国轿车服务体系存在不足
- 三、中国轿车存在轮胎安全隐患
- 四、中国轿车产业发展策略建议
- 五、促进轿车产业价值链发展的战略对策
- 六、对自主品牌企业未来发展的几点建议

第五章 2017-2020年微型轿车发展分析

第一节 微型轿车概述

- 一、微型轿车的历史地位
- 二、微型轿车的优势
- 三、微轿市场在车型升级中升温
- 四、我国微型轿车市场运动化态势明显

第二节 2017-2020年中国微型轿车发展分析

- 一、我国微型轿车市场发展回顾
- 二、微型轿车市场自主品牌概况
- 三、我国微型轿车市场发展现状
- 四、我国微型轿车市场发展走势

第三节 电动微型轿车的相关分析

- 一、电动微型轿车应时而生
- 二、全面提高电动微型轿车的质量与性能
- 三、国家应全力支持电动微型轿车发展
- 四、电动微型轿车将走向世界

第四节 中国微型轿车面临的压力

- 一、成本压力
- 二、配套压力
- 三、产品压力
- 四、品牌压力
- 五、竞争压力

第五节 微型轿车发展对策及前景趋势

- 一、中国微型轿车企业发展对策
- 二、微型轿车将走俏市场
- 三、微型电动轿车前景广阔

第六章 2017-2020年经济型轿车发展分析

第一节 经济型轿车概述

- 一、经济型轿车定义及分类
- 二、经济型轿车主要特征
- 三、经济型轿车受市场青睐的原因
- 四、发展经济型轿车的意义
- 五、经济型轿车发展模式选择分析

第二节 中国经济型轿车行业发展分析

- 一、中国经济型轿车发展态势

二、中国经济型车市场的裂变分析

三、中国经济型轿车市场回顾

四、中国经济型轿车市场现状

五、中国经济型轿车市场动态

第三节 阻碍中国经济型轿车发展的几大因素

一、经济型轿车质量有待提高

二、消费观念影响经济型轿车的发展

三、基础配套设施问题

第四节 中国经济型轿车发展前景及趋势

一、油价上涨促进经济型轿车的销售

二、未来经济型轿车市场发展趋势

三、未来经济型轿车将成为轿车市场消费主流

第七章 2017-2020年其他轿车细分市场分析

第一节 2017-2020年豪华轿车发展分析

一、豪华轿车应满足的条件

二、我国高档轿车市场回顾

三、国产豪华轿车市场现状

四、国产豪华轿车市场动态

五、中国成为德国高档轿车全球最大市场

第二节 2017-2020年中高级轿车市场运行状况

二、国内中高级轿车市场运行回顾

三、我国中高级轿车市场运行现状

四、我国中高级轿车市场运行动态

第三节 中高级轿车发展趋势

一、未来中高级轿车仍以合资产品为主

二、性价比提升是中高级轿车发展趋势

三、中高级轿车未来发展方向

四、现代中高级轿车技术发展趋势

第八章 中国轿车行业进出口分析

第一节 中国自主品牌轿车出口分析

一、中国自主品牌轿车出口特点

二、自主品牌轿车出口概况

三、中国自主品牌轿车出口存在的问题

四、我国自主品牌轿车出口的发展对策

第二节 中国汽油型小轿车，排量 $\leq 1000\text{ml}$ 进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第三节 中国汽油小轿车（ $1000\text{ml} < \text{排量} \leq 1500\text{ml}$ ）进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第四节 柴油小轿车（排量 $\leq 1000\text{ml}$ ）行业进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第五节 中国柴油小轿车（ $1000\text{ml} < \text{排量} \leq 1500\text{ml}$ ）进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第九章 2017-2020年中国轿车市场竞争分析

第一节 2017-2020年中国轿车市场竞争概述

一、轿车企业的核心竞争力分析

二、我国轿车行业竞争的根本规律

三、我国轿车市场竞争格局概况

四、我国轿车市场竞争格局态势

五、国产与进口轿车竞争比较优劣势分析

六、中国轿车品牌与国外品牌的差距分析

第二节 2017-2020年中国轿车各细分市场竞争概述

一、中高级轿车市场竞争态势

二、中高级轿车制造商竞争策略

三、中级轿车市场竞争态势

四、经济型轿车市场竞争态势

第三节 提升中国轿车行业竞争力的建议

一、善用“钻石理论”

二、提高自主开发能力

三、利用新概念和个性化设计打开销售

四、提升中国品牌轿车竞争力的战略

五、改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议

第十章 2017-2020年中国轿车营销分析

第一节 中国轿车营销模式透析

一、中国轿车营销模式的内涵

二、中国轿车营销模式的选择分析

三、中国轿车营销模式的主要特点

第二节 轿车营销中的客户关系管理分析

一、CRM的起源及定义

二、中国轿车销售需要实施客户关系管理

三、实施客户关系管理的流程

四、在轿车营销中实施CRM存在的问题

第三节 2017-2020年中国轿车业营销渠道分析

一、轿车营销渠道的定义及作用

二、中国轿车行业渠道模式现状

三、中国轿车业渠道体制存在的问题

四、加强中国轿车渠道建设的对策

五、中国轿车构建营销渠道力的具体措施

第四节 中国轿车营销存在的问题

一、中国轿车营销体系需解决的问题

二、轿车营销传播存在的四大不足

三、软件建设存在差距

第五节 中国轿车市场营销策略分析

一、建立轿车营销模式的原则

二、我国轿车营销模式的发展思路

三、关于建立品牌经营营销模式的建议

四、关于轿车营销策略创新的对策

五、轿车促销策略分析

六、轿车营销传播策略

第十一章 2017-2020年轿车行业关联产业分析

第一节 汽车零部件

一、中国汽车零部件体系发展的总体综述

二、中国汽车零部件工业取得巨大成就

- 三、汽车零部件产业发展的显著特点
- 四、中国汽车零部件企业存在三大不足
- 五、中国汽车零部件业发展对策建议

第二节 钢铁

- 一、中国钢铁业发展历程
- 二、我国钢铁行业运行回顾
- 三、我国钢铁行业运行现状
- 四、我国钢铁行业运行动态
- 五、中国钢铁工业发展对策建议

第三节 石油

- 一、石油概述
- 二、我国石油行业运行回顾
- 三、我国石油行业运行现状
- 四、我国石油行业运行动态
- 五、中国石油企业发展策略浅析

第四节 橡胶

- 一、橡胶概述
- 二、中国橡胶行业运行回顾
- 三、中国橡胶行业运行状况
- 四、中国橡胶行业运行动态

第十二章 轿车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 一汽轿车股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 安徽江淮汽车股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 上海汽车集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 北京现代汽车有限公司

一、公司发展概况简介

二、北京现代经营状况

三、北京现代生产状况

四、北京现代融资状况

第五节 广州汽车集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 安徽奇瑞汽车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 比亚迪汽车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十三章 中国轿车行业投资分析

第一节 汽车行业投资概况

一、国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入

二、国家投巨资支持央企开发汽车行业

三、我国汽车行业具有持续性投资价值

四、国内能源巨企纷纷投资汽车行业

第二节 轿车行业投资前景

一、政府不使用行政手段限制轿车投资

二、我国轿车行业极具投资潜力

三、微型轿车市场投资前景看好

第三节 轿车行业投资风险分析

一、轿车行业的进入壁垒风险

二、轿车替代品带来的风险

三、供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁

四、轿车行业内企业的竞争风险

第四节 轿车行业投资策略分析

一、轿车行业投资策略

二、轿车企业应积极采取措施应对风险

第十四章 轿车行业未来发展趋势及前景预测分析

第一节 汽车行业未来发展分析

一、全球汽车产业发展趋势综述

二、中国汽车产业将进入发展黄金期

三、“十三五”新能源汽车产业化进程将加速

四、“十三五”汽车工业发展的战略选择

第二节 轿车行业未来发展趋势

一、未来我国轿车需求依然强劲

二、2021-2026年中国轿车行业发展预测分析

三、未来轿车将趋向多功能化

四、现代柴油轿车发展将成必然趋势

附录

附录一：汽车产业发展政策

附录二：新能源汽车生产准入管理规则

附录三：汽车品牌销售管理实施办法

附录四：汽车贸易政策

附录五：报废汽车回收管理办法

图表目录

图表：国产汽车产品型号第二、三位数字含义

图表：2017-2020年国内轿车市场份额变化比较

图表：2017-2020年月度汽车销量变化情况

图表：2017-2020年月度汽车销量同比变化情况

图表：2017-2020年月度乘用车销量及同比变化情况

图表：2017-2020年商用车月度销量及同比变化情况

图表：2020年1.6L及以下乘用车销量及同比变化情况

图表：2020年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况

图表：2020年国内汽车销售市场占有率

图表：2017-2020年月度汽车销量及同比变化情况

图表：2017-2020年月度乘用车销量变化情况

图表：2017-2020年月度商用车销量变化情况

图表：2017-2020年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表：2020年国内汽车销售市场占有率

图表：美国轿车车型销售量排行

图表：2020年我国各车型比例趋势

图表：北京、上海、广州和深圳的R值趋势

图表：2020年我国各车系产量所占比重变化

图表：购车人群形成过程模拟

图表：轿车月度销量与同比增速

图表：2020年1.6L以下轿车销量比例走势

图表：历年（2017-2020）轿车产量环比增幅

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年中国轿车市场前景研究报告-市场竞争现状与前景评估预测》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。

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：<https://baogao.chinabaogao.com/qiche/509548509548.html>