

2019年中国乘用车行业分析报告- 行业现状调查与投资前景研究

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年中国乘用车行业分析报告-行业现状调查与投资前景研究》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/389956389956.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

2015年财政部等四部委印发的《关于2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》中明确提出，2017-2020年除燃料电池汽车外，其他车型补助标准试单退坡，2017-2018年补助标准在2016年基础上下降20%，2019-2020年补助标准在2016年基础上下降40%。

2018年以来，国内乘用车市场开始不断降温，主要有两方面原因：一方面是过去两年的购置税优惠政策的退出效应及房地产的负面作用；另一方面是高基数压力较大。

根据数据显示：2017年乘用车销量增速已经下降2.1%，2018年1-10月较上年同期销量下降了1.2%；而从月度数据来看，截至2018年10月，国内乘用车销量已经连续4个月较去年同期有所减少，种种迹象已经表明乘用车市场有步入“寒冬”的趋势。

2013-2018年1-10月我国乘用车销量情况

数据来源：中国汽车协会

从乘用车厂商来看，2018年10月我国狭义乘用车及广义乘用车综合销量前十五厂商排名基本一致。在狭义乘用车中，前十五大厂商合计市场份额超过七成。其中，大众汽车遥遥领先，上汽大众、一汽大众分别占据前两名，合计市场份额达到18%；上汽通用排在第三，1-10月综合销量为142.05万辆，占据7.8%的市场份额。

2018年1-10月我国狭义乘用车市场销量TOP15厂商情况

数据来源：中国汽车协会

从乘用车车型来看，2015-2018年10月国内乘用车均以轿车和SUV为主，合计份额超过九成。2018年1-10月我国乘用车车型中轿车、SUV分别占到50.0%、42.5%，MPV仅占7.5%。

从销量增速来看，2018年10月，实现正增长的有C级轿车、B级轿车和B级SUV；其中，C级轿车增长最快，达到11.8%，B级轿车和B级SUV分别增长6.8%、3.5%。

2015-2018年10月我国乘用车个车型占比情况

数据来源：中国汽车协会

根据数据显示，2018年10月我国乘用车批发销量同比只有微客占头筹，为33.8%，其中轿车、MPV、SUV较2017年同期都有所下降，分别同比下降-12.2%，-30.2%，-18%。

2018年10月乘用车批发销量同比、环比情况

数据来源：中国汽车协会（TLN）

【报告大纲】

第一部分乘用车产业深度剖析

第一章 2015-2018年全球乘用车产业运行态势分析

第一节 2015-2018年国际汽车行业运行简况

一、世界汽车产业"整零"关系模式分析

二、世界汽车销量情况分析

三、全球汽车销量增长预测

第二节 2015-2018年世界乘用车行业市场运行情况分析

一、全球乘用车销售情况分析

二、全球各国乘用车销量情况

三、欧洲乘用车消瘦及注册情况

四、亚洲将成为全球最大的乘用车市场

第三节 2015-2018年部分国家地区乘用车市场动态分析

一、英国乘用车行业发展分析

二、捷克乘用车行业发展分析

三、日本乘用车行业发展分析

四、美国乘用车行业发展分析

五、德国乘用车行业发展分析

六、法国乘用车行业发展分析

第四节 2019-2025年全球乘用车市场趋势探析

第二章 2015-2018年中国乘用车行业运行新态势分析

第一节 2018年我国乘用车行业发展状况

一、2018年中国乘用车市场增长分析

二、2018年中国上市新车情况

三、2018年中国乘用车企业销售排行分析

四、2018年中国乘用车各车型销售情况

五、2018年中国轿车销售情况

第二节 2018年中国乘用车市场销量分析

一、2018年中国乘用车市场销量

二、2018年中国乘用车自主品牌销售情况

三、2018年中国乘用车分排量销量情况

四、2018年乘用车市场销售情况

五、2018年乘用车主要品种产销情况

第三节 2015-2018年中国乘用车行业供需分析

一、乘用车持续热销的原因

二、我国乘用车终端需求分析

三、乘用车市场供求及价格分析

第三章 2015-2018年中国乘用车行业经济运行分析

第一节 2015-2018年中国乘用车行业上牌数及政策分析

一、2015-2018年全国乘用车上牌数分析

二、乘用车购置税调整及影响分析

第二节 2015-2018年中国乘用车行业进出口分析

一、按贸易方式分乘用车进出口分析

二、2015-2018年中国乘用车进出口情况

第三节 2015-2018年中国乘用车在二三级市场动态分析

一、二三级市场乘用车消费需求分析

二、乘用车竞争情况

三、二三级市场的乘用车经销商和厂商应对策略

四、金融危机对乘用车销量的影响

五、金融危机下国内乘用车投资价值凸现

第四章 2015-2018年中国汽车行业产业运行形势分析

第一节 2015-2018年中国汽车工业发展分析

一、汽车生产情况分析

二、2015-2018年中国汽车工业经济运行情况分析

三、中国汽车企业并购与重组分析

四、汽车产业调整和振兴规划

第二节 2015-2018年中国汽车产销量分析

一、中国汽车产销量分析

二、中国载货汽车产销量分析

三、中国公路客车产销量分析

四、中国轿车产销量分析

第三节 2015-2018年中国汽车零部件行业分析

一、我国汽配市场发展状况分析

二、汽车零部件企业业绩分析

三、我国零部件企业并购情况

四、我国汽车制动系统零部件进出口情况

第五章 2015-2018年中国乘用车行业区域市场分析

第一节 2015-2018年华北地区乘用车行业分析

一、北京乘用车行业分析

二、天津乘用车行业分析

三、山西乘用车行业分析

第二节 2015-2018年东北地区乘用车行业分析

一、黑龙江乘用车行业分析

二、吉林省乘用车行业分析

三、辽宁省乘用车行业分析

第三节 2015-2018年华东地区乘用车行业分析

一、山东乘用车行业分析

二、浙江乘用车行业分析

三、福建乘用车行业分析

四、上海乘用车行业分析

第四节 2015-2018年华南地区乘用车行业分析

一、广东乘用车行业分析

二、广西乘用车行业分析

三、海南乘用车行业分析

第五节 2015-2018年华中地区乘用车行业分析

一、湖南乘用车行业分析

二、湖北乘用车行业分析

第六节 2015-2018年西南地区乘用车行业分析

一、四川乘用车行业分析

二、贵州乘用车行业分析

三、重庆乘用车行业分析

第七节 2015-2018年西北地区乘用车行业分析

一、陕西乘用车行业分析

二、甘肃乘用车行业分析

三、青海乘用车行业分析

第二部分乘用车市场竞争力点评

第六章 2015-2018年中国乘用车行业竞争新格局透析

第一节 2015-2018年中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析

- 一、自主品牌、美系车、欧系车在中国三足鼎立
- 二、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较
- 三、自主品牌和合资品牌汽车差距分析

第二节 2015-2018年下半年中国狭义乘用车竞争格局

- 一、狭义乘用车各车系的表现
- 二、自主品牌分析
- 三、日系品牌走势
- 四、德系品牌走势
- 五、韩系品牌走势

第三节 2015-2018年中国乘用车行业竞争力分析

- 一、乘用车竞争的第一核心分析
- 二、2015-2018年自主品牌竞争力分析
- 三、2015-2018年海外豪华车分食乘用车市场
- 四、中国汽车业角逐世界市场关键分析

第七章 2015-2018年中国乘用车市场走势深度评估

第一节 2015-2018年下半年中国乘用车品牌走势

- 一、狭义乘用车主力车型市场表现
- 二、微型轿车主力品牌表现
- 三、小型车市场走势
- 四、紧凑型车市场走势
- 五、中高级车市场走势
- 六、高级轿车市场走势
- 七、MPV市场走势
- 八、SUV市场走势
- 九、微客市场走势

第二节 2015-2018年中国乘用车车市场增长分析

- 一、乘用车车型结构走势对比
- 二、乘用车各排量市场构成分析

第三节 2015-2018年中国乘用车发展状况分析

- 一、乘用车市场现状
- 二、自主品牌乘用车销售情况

第四节 2015-2018年中国乘用车行业利润分析

- 一、2015-2018年乘用车行业利润分析

二、2015-2018年乘用车上市公司利润分析

第三部分乘用车细分市场透视

第八章 2015-2018年乘用车细分市场运行动态分析

第一节 2015-2018年轿车市场发展分析

- 一、2015-2018年轿车市场发展态势
- 二、2015-2018年轿车品牌销量排行榜
- 三、2015-2018年中高级车市场竞争格局
- 四、2015-2018年自主品牌轿车发展策略

第二节 2015-2018年SUV市场发展分析

- 一、2015-2018年SUV市场发展态势
- 二、2015-2018年自主SUV的品牌竞争格局
- 三、2015-2018年国内SUV市场发展情况
- 四、2015-2018年SUV产品销量排行情况

第三节 2015-2018年MPV市场发展分析

- 一、2015-2018年MPV市场发展态势
- 二、2015-2018年MPV市场竞争格局
- 三、2015-2018年MPV市场自主品牌分析
- 四、2015-2018年MPV市场细分化趋势分析

第九章 2015-2018年中国自主品牌乘用车运行走势分析

第一节 2015-2018年中国自主品牌乘用车行业现状

- 一、自主品牌的机遇和问题分析
- 二、三大自主品牌车企融资情况
- 三、自主品牌掀起中国汽车产业浪潮

第二节 2015-2018年中国自主品牌乘用车行业分析

- 一、成功的自主品牌所需的微车战略
- 二、2015-2018年中国乘用车自主品牌建设情况
- 三、自主品牌企业发展战略分析
- 四、自主品牌发展存在的问题
- 五、中国汽车业自主品牌的发展坐标

第十章 中国乘用车重点企业运营关键性财务数据分析（企业可自选）

第一节 上海大众汽车有限公司

- 一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 一汽大众汽车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 上海通用汽车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 广州本田汽车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 北京现代汽车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 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、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 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、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四部分乘用车市场前景与盈利预测

第十一章 2015-2018年中国乘用车市场新进入者分析

第一节 2015-2018年中国乘用车市场新进入者市场表现分析

一、商用车企业进军轿车市场

二、国外乘用车企

三、非汽车行业的企业

第二节 2015-2018年中国乘用车市场新进入者发展存在的障碍

一、乘用车市场的进入门槛提高了

二、外资全面渗透且竞争日趋激烈

三、当前的市场环境对新进入者尤其不利

四、乘用车市场新进入者的障碍

五、选择的变小

第三节 未来乘用车市场新进入者进入机会

一、未来中国乘用车市场的进入机会

二、从乘用车市场的趋势看新进入者的机会

第十二章 2019-2025年中国乘用车行业投资策略解析

第一节 乘用车市场新进入者的成功战略

- 一、拿出强有力的产品
- 二、建立中国特色的营销和渠道
- 三、提高产品和服务的质量

第二节 乘用车市场的新进入者的投资突破口

- 一、要有成功的产品
- 二、提高自主品牌的品牌溢价能力
- 三、加强品质管理
- 四、营销网络的搭建

第三节 乘用车市场的新进入者的发展战略

- 一、品牌定位策略
- 二、市场战术
- 三、产品战略

第十三章 2019-2025年中国乘用车行业发展趋势预测分析

第一节 2019-2025年中国乘用车市场趋势分析

- 一、2018年乘用车市场总体估计
- 二、乘用车产品产能预测
- 三、2018年狭义乘用车产品销售预测
- 四、中国柴油乘用车发展前景分析

第二节 2019-2025年中国乘用车产品发展趋势分析

- 一、我国乘用车未来的发展方向
- 二、2018年乘用车市场的增长趋势
- 三、2018年中国乘用车售后市场规模预测

第三节 未来乘用车渠道网络发展趋势

- 一、渠道服务功能将日益凸显
- 二、网点布局均衡化
- 三、终端形态多样化

第十四章 2019-2025年中国乘用车企业发展战略分析

第一节 自主品牌车企进军海外策略

- 一、自主品牌进军海外分析
- 二、培育市场以带动就业

三、热心公益尽企业责任

第二节 国内自主品牌车企进军高端市场战略

一、自主品牌车企进军高端市场战略分析

二、自主品牌车企进军高端市场问题探讨

三、六大国有车企"自主品牌"战略分析

第三节 自主品牌新技术突围策略分析

一、自主品牌押宝新能源

二、传统动力实现突破

三、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌

部分图表目录：

图表：2015-2018年全球乘用车销量分析

图表：2018年份南非乘用车（分制造商）销量明细

图表：2018年份新西兰乘用车（分制造商及品牌）销量

图表：2018年份阿根廷乘用车（分制造商）销量明细

图表：2018年份日本乘用车（分制造商）销售明细

图表：2018年份欧洲乘用车（分制造商及品牌）注册情况

图表：2018年份欧洲乘用车（分国别）注册情况

图表：2018年份西欧乘用车（分制造商及品牌）注册情况

图表：2015-2018年英国乘用车销量分析

图表：2015-2018年捷克乘用车销量分析

图表：2015-2018年日本乘用车销量分析

图表：2015-2018年美国乘用车销量分析

图表：2015-2018年德国乘用车销量分析

图表：2015-2018年法国乘用车销量分析

图表：2019-2025年全球乘用车市场销量预测分析

图表：2015-2018年我国乘用车销量及同比变化情况

图表详见正文（GYZQPT）

【简介】

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年中国乘用车行业分析报告-行业现状调查与投资前景研究》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/389956389956.html>