

2020-2026年中国轿车行业 前景展望与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国轿车行业前景展望与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/174784.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着经济的发展，轿车普遍成为了居民的代步工具，而且还非常的方便，建立合理的消费结构,培育新的消费品市场是经济持续增长的内在要求,轿车消费是消费市场的一个新的“亮点”。中企顾问网发布的《2020-2026年中国轿车行业前景展望与市场运营趋势报告》分析了轿车行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国轿车行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。报告目录：第一章 轿车简介1.1 汽车概述1.1.1 汽车的定义1.1.2 汽车的基本构造1.1.3 汽车的分类1.1.4 汽车车身的演变1.1.5 国产汽车产品型号编制规则1.2 轿车介绍1.2.1 轿车的定义1.2.2 国外轿车分类1.2.3 国内轿车分类 第二章 2016-2019年汽车行业发展分析2.1 2016-2019年国际汽车行业发展概况2.1.1 国际汽车工业发展变化特征2.1.2 2019年世界汽车工业发展状况2.1.3 2019年世界汽车工业发展状况2.1.4 2019年世界汽车工业发展态势2.2 中国汽车行业发展概况2.2.1 中国汽车行业发展历程回顾2.2.2 中国已成国际最大的汽车市场2.2.3 “十二五”时期中国汽车工业发展综述2.2.4 中国汽车自主品牌发展分析2.3 2016-2019年中国汽车行业发展分析2.3.1 2019年中国汽车行业发展分析2.3.2 2019年中国汽车工业运行状况2.3.3 2019年中国汽车工业运行现状2.4 中国汽车业发展存在的问题2.4.1 中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈2.4.2 中国汽车市场存在的主要问题2.4.3 中国汽车产业仍然大而不强2.4.4 中国汽车行业品牌国际化存在的不足2.5 中国汽车业的发展对策2.5.1 促进汽车消费市场发展的措施建议2.5.2 中国汽车行业品牌国际化的对策建议2.5.3 中国汽车行业可持续发展的措施2.5.4 中国新能源汽车产业化发展建议2.5.5 汽车产业未来发展应遵循的方向 第三章 2016-2019年国际轿车行业发展分析3.1 2016-2019年世界轿车行业概况3.1.1 节能环保小型车畅销国外轿车市场3.1.2 世界轿车市场畅销排名分析3.1.3 欧盟轿车市场价格运行概述3.1.4 国际汽车巨头争相抢夺印度小车市场3.1.5 全时全轮驱动系统在国际轿车发展中的应用3.2 美国3.2.1 2019年美国轿车市场销量概况3.2.2 2019年美国轿车市场销量概况3.2.3 2019年美国轿车市场销量概况3.3 德国3.3.1 2019年德国轿车行业发展概况3.3.2 2019年德国轿车行业发展概况3.3.3 2019年德国轿车行业发展概况3.4 日本3.4.1 日本轿车销量首跌3.4.2 日本轿车全球市场销售状况3.4.3 日系轿车在华市场份额减少的原因分析3.4.4 日本轿车市场销售排名概况3.5 俄罗斯3.5.1 2019年俄罗斯轿车行业产销概况3.5.2 2019年俄罗斯轿车进出口概况3.5.3 2019年俄罗斯轿车行业产销概况3.5.4 2019年俄罗斯轿车行业产销概况 第四章 2016-2019年中国轿车行业状况4.1 中国轿车行业概况4.1.1 中国轿车

行业发展历程4.1.2 我国轿车行业运行综况4.1.3 中国轿车市场从透支到正常的变化分析4.1.4 国家节能汽车补贴政策对轿车行业的影响分析4.1.5 中国轿车市场品牌结构分析4.2 2016-2019年中国轿车市场发展分析4.2.1 2019年中国轿车行业发展状况4.2.2 2019年中国轿车市场走势分析4.2.3 2019年中国轿车行业发展状况4.2.4 2019年中国轿车行业发展态势4.3 2016-2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.3.1 2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.3.2 2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.3.3 2019年全国及主要省份基本型乘用车(轿车)产量分析4.4 2016-2019年中国轿车市场消费分析4.4.1 中国轿车市场的消费形势变化分析4.4.2 影响轿车消费的主要因素4.4.3 我国轿车市场消费者需求调查分析4.4.4 对中国轿车消费市场的建议4.5 价值分析方法对剖析轿车国产化的作用解读4.5.1 价值分析方法4.5.2 价值分析对轿车国产化的用途分析4.5.3 轿车国产化项目的价值分析过程解读4.6 中国轿车业发展存在的问题与对策分析4.6.1 中国轿车产业发展过程中存在的问题4.6.2 中国轿车服务体系存在不足4.6.3 中国轿车存在轮胎安全隐患4.6.4 中国轿车产业发展策略建议4.6.5 促进轿车产业价值链发展的战略对策4.6.6 对自主品牌企业未来发展的几点建议 第五章 2016-2019年微型轿车发展分析5.1 微型轿车概述5.1.1 微型轿车的历史地位5.1.2 微型轿车的优势5.1.3 微轿市场在车型升级中升温5.1.4 我国微型轿车市场运动化态势明显5.2 2016-2019年中国微型轿车发展分析5.2.1 2019年我国微型轿车市场发展走势5.2.2 2019年微型轿车市场自主品牌概况5.2.3 2019年我国微型轿车市场发展分析5.2.4 2019年我国微型轿车市场发展走势5.3 电动微型轿车的相关分析5.3.1 电动微型轿车应时而生5.3.2 全面提高电动微型轿车的质量与性能5.3.3 国家应全力支持电动微型轿车发展5.3.4 电动微型轿车将走向世界5.4 中国微型轿车面临的压力5.4.1 成本压力5.4.2 配套压力5.4.3 产品压力5.4.4 品牌压力5.4.5 竞争压力5.5 微型轿车发展对策及前景趋势5.5.1 中国微型轿车企业发展对策5.5.2 微型轿车将走俏市场5.5.3 微型电动轿车前景广阔 第六章 2016-2019年经济型轿车发展分析6.1 经济型轿车概述6.1.1 经济型轿车定义及分类6.1.2 经济型轿车主要特征6.1.3 经济型轿车受市场青睐的原因6.1.4 发展经济型轿车的意义6.1.5 经济型轿车发展模式选择分析6.2 中国经济型轿车行业发展分析6.2.1 中国经济型轿车发展态势6.2.2 中国经济型车市场的裂变分析6.2.3 2019年中国经济型轿车市场分析6.2.4 2019年中国经济型轿车市场分析6.2.5 2019年中国经济型轿车市场分析6.3 阻碍中国经济型轿车发展的几大因素6.3.1 经济型轿车质量有待提高6.3.2 消费观念影响经济型轿车的发展6.3.3 基础配套设施问题6.4 中国经济型轿车发展前景及趋势6.4.1 油价上涨促进经济型轿车的销售6.4.2 未来经济型轿车市场发展趋势6.4.3 未来经济型轿车将成为轿车市场消费主流 第七章 2016-2019年其他轿车细分市场分析7.1 2016-2019年豪华轿车发展分析7.1.1 豪华轿车应满足的条件7.1.2 2019年我国高档轿车市场分析7.1.3 2019年国产豪华轿车市场分析7.1.4 2019年国产豪华轿车市场动态分析7.1.5 中国成为德国高档轿车全球最大市场7.2 2016-2019年中高级轿车市场运行状况7.2.2 2019年国内中高级轿车市场运行分

析7.2.3 2019年我国中高级轿车市场运行分析7.2.4 2019年我国中高级轿车市场运行分析7.3 中高级轿车发展趋势7.3.1 未来中高级轿车仍以合资产品为主7.3.2 性价比提升是中高级轿车发展趋势7.3.3 中高级轿车未来发展方向7.3.4 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8.1 中国轿车行业进出口状况分析8.1.1 2019年中国轿车行业进出口数据8.1.2 2019年中国轿车行业进出口数据8.1.3 2019年中国轿车行业进出口数据8.2 中国自主品牌轿车出口分析8.2.1 中国自主品牌轿车出口特点8.2.2 自主品牌轿车出口概况8.2.3 中国自主品牌轿车出口存在的问题8.2.4 我国自主品牌轿车出口的发展对策8.3 2016-2019年汽油小轿车行业进出口数据分析8.3.1 2016-2019年主要国家汽油小轿车进口市场分析8.3.2 2016-2019年主要国家汽油小轿车出口市场分析8.3.3 2016-2019年主要省份汽油小轿车进口市场分析8.3.4 2016-2019年主要省份汽油小轿车出口市场分析8.4 2016-2019年柴油小轿车行业进出口数据分析8.4.1 2016-2019年主要国家柴油小轿车进口市场分析8.4.2 2016-2019年主要国家柴油小轿车出口市场分析8.4.3 2016-2019年主要省份柴油小轿车进口市场分析8.4.4 2016-2019年主要省份柴油小轿车出口市场分析 第九章 2016-2019年中国轿车市场竞争分析9.1 2016-2019年中国轿车市场竞争概述9.1.1 轿车企业的核心竞争力分析9.1.2 我国轿车行业竞争的根本规律分析9.1.3 2019年我国轿车市场竞争格局概况9.1.4 2019年我国轿车市场竞争格局概况9.1.5 国产与进口轿车竞争比较优劣势分析9.1.6 中国轿车品牌与国外品牌的差距分析9.2 2016-2019年中国轿车各细分市场竞争概述9.2.1 中高级轿车市场竞争态势9.2.2 中高级轿车制造商竞争策略9.2.3 中级轿车市场竞争态势9.2.4 经济型轿车市场竞争态势9.3 提升中国轿车行业竞争力的建议9.3.1 善用“钻石理论”;9.3.2 提高自主开发能力9.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售9.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略9.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议 第十章 2016-2019年中国轿车营销分析10.1 中国轿车营销模式透析10.1.1 中国轿车营销模式的内涵10.1.2 中国轿车营销模式的选择分析10.1.3 中国轿车营销模式的主要特点10.2 轿车营销中的客户关系管理分析10.2.1 CRM的起源及定义10.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理10.2.3 实施客户关系管理的流程10.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题10.3 2016-2019年中国轿车业营销渠道分析10.3.1 轿车营销渠道的定义及作用10.3.2 中国轿车行业渠道模式现状10.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问题10.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策10.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施10.4 中国轿车营销存在的问题10.4.1 中国轿车营销体系需解决的问题10.4.2 轿车营销传播存在的四大不足10.4.3 软件建设存在差距10.5 中国轿车市场营销策略分析10.5.1 建立轿车营销模式的原则10.5.2 我国轿车营销模式的发展思路10.5.3 关于建立品牌经营营销模式的建议10.5.4 关于轿车营销策略创新的对策10.5.5 轿车促销策略分析10.5.6 轿车营销传播策略 第十一章 2016-2019年轿车行业关联产业分析11.1 汽车零部件11.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述11.1.2 中国汽车零部件工业取得巨大成就11.1.3 汽车零部件产业发展的显著特点11.1.4 中国汽车零部件企业存在三大不足11.1.5

中国汽车零部件业发展对策建议11.2 钢铁11.2.1 中国钢铁业发展历程11.2.2 2019年我国钢铁行业运行分析11.2.3 2019年我国钢铁行业运行分析11.2.4 2019年我国钢铁行业运行分析11.2.5 中国钢铁工业发展对策建议11.3 石油11.3.1 石油概述11.3.2 2019年我国石油行业运行状况11.3.3 2019年我国石油行业运行状况11.3.4 2019年我国石油行业运行状况11.3.5 中国石油企业发展策略浅析11.4 橡胶11.4.1 橡胶概述11.4.2 2019年中国橡胶行业运行状况11.4.3 2019年中国橡胶行业运行状况11.4.4 2019年中国橡胶行业运行状况 第十二章 2016-2019年轿车行业重点企业财务状况12.1 一汽轿车股份有限公司12.1.1 企业发展概况12.1.2 经营效益分析12.1.3 业务经营分析12.1.4 财务状况分析12.1.5 未来前景展望12.2 安徽江淮汽车股份有限公司12.2.1 企业发展概况12.2.2 经营效益分析12.2.3 业务经营分析12.2.4 财务状况分析12.2.5 未来前景展望12.3 上海通用汽车有限公司12.3.1 公司简介12.3.2 2019年上海通用经营状况12.3.3 2019年上海通用经营状况12.3.4 2019年上海通用经营状况12.4 北京现代汽车有限公司12.4.1 公司简介12.4.2 2019年北京现代经营状况12.4.3 2019年北京现代经营状况12.4.4 2019年北京现代经营状况12.5 广州本田汽车有限公司12.5.1 公司简介12.5.2 2019年广汽本田经营状况12.5.3 2019年广汽本田经营状况12.5.4 2019年广汽本田经营状况12.6 安徽奇瑞汽车有限公司12.6.1 公司简介12.6.2 2019年奇瑞汽车经营状况12.6.3 2019年奇瑞汽车经营状况12.6.4 2019年奇瑞汽车经营状况12.7 比亚迪汽车有限公司12.7.1 公司简介12.7.2 2019年比亚迪经营状况12.7.3 2019年比亚迪经营状况12.7.4 2019年比亚迪经营状况12.8 上海大众汽车有限公司12.8.1 企业简介12.8.2 2019年上海大众经营状况12.8.3 2019年上海大众经营状况12.8.4 2019年上海大众经营状况 第十三章 中国轿车行业投资分析13.1 汽车行业投资概况13.1.1 国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入13.1.2 国家投巨资支持央企开发汽车行业13.1.3 我国汽车行业具有持续性投资价值13.1.4 国内能源巨企纷纷投资汽车行业13.2 轿车行业投资前景13.2.1 政府不使用行政手段限制轿车投资13.2.2 我国轿车行业极具投资潜力13.2.3 微型轿车市场投资前景看好13.3 轿车行业投资风险分析13.3.1 轿车行业的进入壁垒风险13.3.2 轿车替代品带来的风险13.3.3 供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁13.3.4 轿车行业内企业的竞争风险13.4 轿车行业投资策略分析13.4.1 轿车行业投资策略13.4.2 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14.1 汽车行业未来发展分析14.1.1 全球汽车产业发展趋势综述14.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期14.1.3 “十三五”新能源汽车产业化进程将加速14.1.4 “十三五”汽车工业发展的战略选择14.2 轿车行业未来发展预测14.2.1 未来我国轿车需求依然强劲14.2.2 2020-2026年中国轿车行业发展预测分析14.2.3 未来轿车将趋向多功能化14.2.4 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

附录六:乘用车燃料消耗量限值标准

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174784.html>