

# 2024-2030年中国轿车市场 评估与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国轿车市场评估与发展趋势研究报告》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/202311/424327.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国轿车市场评估与发展趋势研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

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 汽车行业发展分析 2.1 国际汽车行业发展概况 2.2 中国汽车行业发展概况 2.3 中国汽车业发展存在的问题及建议 第三章 国际轿车行业发展分析 3.1 世界轿车行业概况 3.2 美国 3.3 德国 3.4 日本 3.5 俄罗斯 第四章 中国轿车行业状况 4.1 中国轿车行业概况 4.2 全国及主要省份基本型乘用车（轿车）产量分析 4.3 中国轿车市场消费分析 4.4 价值分析方法对分析轿车国产化的作用解读 4.5 中国轿车业发展存在的问题与对策分析 第五章 微型轿车 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 中国微型轿车发展分析 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 第六章 经济型轿车 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 6.3 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 其他轿车细分市场 7.1 豪华轿车发展概述 7.2 中高级轿车市场运行状况 7.3 中高级轿车发展趋势 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分析 8.2 中国轿车行业进出口分析 8.3 中国自主品牌轿车出口分析 8.3.1 中国自主品牌轿车出口特点 8.3.2 自主品牌轿车出口概况 8.3.3 中国自主品牌轿车出口存在的问题及对策 第九章 中国轿车市场竞争分析 9.1 中国轿车市场竞争概述 9.2 中国轿车各细分市场竞争概述 9.3 提升中国轿车行业竞争力的建议 第十章 中国轿车营销分析 10.1 中国轿车营销模式分析 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 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及对策 第十一章 轿车行业关联产业 11.1 汽车零部件 11.2 钢铁 11.3 石油 11.4 橡胶 第十二章 重点企业介绍 12.1 一汽轿车股份有限公司 12.1.1 企业简介 12.1.2 竞争力分析 12.2 上海大众汽车有限公司 12.2.1 企业简介 12.2.2 竞争力分析 12.3 上海通用汽车有限公司 12.3.1 公司简介 12.3.2 竞争力分析 12.4 北京现代汽车有限公司 12.4.1 公司简介 12.4.2 竞争力分析 12.5 广汽本田汽车有限公司 12.5.1 公司简介 12.5.2 竞争力分析 12.6 安徽奇瑞汽车有限公司 12.6.1 公司简介 12.6.2 竞争力分析 12.7 比亚迪汽车有限公司 12.7.1 公司简介 12.7.2 竞争力分析 12.8 安徽江淮汽车股份有限公司 12.8.1 公司简介 12.8.2 竞争力分析 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 轿车行业未来发展分析 14.1 汽车行业未来发展分析 14.1.1 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 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 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服 图表目录 图表：国内生产总值同比增长速度 图表：全国粮食产量及其增速 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%） 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%） 图表：进出口总额（亿美元） 图表：广义货币（M2）增长速度（%） 图表：居民消费价格同比上涨情况 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%） 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%） 图表：农村居民人均收入实际增长速度 图表：人口及其自然增长率变化情况 图表：固定资产投资（不含农户）同比增速（%） 图表：房地产开发投资同比增速（%） 图表：中国GDP增长预测 图表：国内外知名机构对中国GDP增速预测 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/424327.html>