

2024-2030年中国MPV行业 发展态势与市场全景评估报告

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

《2024-2030年中国MPV行业发展态势与市场全景评估报告》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/202401/435785.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MPV行业发展态势与市场全景评估报告》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 国际MPV市场运行状况分析 第一节 MPV行业环境浅析 一、经济环境分析 二、政策环境分析 三、汽车产业运行概况 第二节 MPV市场运行分析 一、MPV销量整体销售情况 二、MPV重点品牌销量分析 第三节 部分国家及地区MPV市场分析 一、英国MPV市场分析 1、英国汽车销量分析 2、英国MPV销量分析 3、英国汽车救市分析 二、德国MPV市场分析 1、德国MPV行业分析 2、德国MPV销量分析 3、德国MPV销量预测 三、日本MPV市场分析 1、日本MPV产量分析 2、日本MPV销量分析 3、日本MPV销量预测 四、美国MPV市场分析 1、美国MPV销量分析 2、美国MPV市场预测 五、其他国家MPV市场分析 1、俄罗斯MPV市场分析 2、韩国MPV发展形势 3、印度MPV市场分析 4、越南MPV市场分析 5、澳大利亚MPV市场 第二章 中国MPV行业发展环境分析及展望 第一节 中国宏观经济运行情况 一、国民生产总值（GDP） 二、工业生产与效益情况 三、固定资产投资情况 四、财政与金融 五、对外贸易发展情况 六、消费物价指数情况 第二节 MPV政策分析 一、汽车产业基本法规制度进一步完善 二、国三排放标准如期施行，节能减排势在必行 三、税制改革趋于清晰化和合理化 四、跨国公司加大对国内经销商控制，品牌销售管理办法引发争议 五、原油成品油经营权开放 六、《汽车侧面碰撞的乘员保护》和《乘用车后碰撞燃油系统安全要求》的颁布 七、《汽车产品回收利用技术政策》的发布 八、《缺陷汽车产品召回管理规定》的发布 九、行业政策解读 第三节 中国MPV市场运行新形势透析 第一节 中国MPV市场总况 一、多功能乘用车较高速发展 二、新品大量投放市场 三、价格竞争更加微妙 四、渠道变革将不断深化 第二节 MPV市场销量分析 一、中国MPV品牌市场销售情况 二、中国MPV自主品牌MPV销量分析 三、中国轿车,SUV,MPV销量同比 第三节 中国MPV市场走势分析 一、消费者行为特征 二、MPV市场规模分析 三、影响MPV市场供需因素分析 四、MPV市场品牌价格分析 第四章 中国MPV细分市场深度剖析 第一节 中国MPV产品分企业性质销量分析 一、自主品牌产品市场销量情况 二、自主品牌产品市场份额变化分析 三、合资品牌产品市场销量情况 四、合资品牌产品市场份额变化分析 五、中、日、德、美、韩系MPV产品市场销量情况 六、各个系别MPV历年市场份额变化分析 第二节 MPV产品分用途销量情况分析 一、商务型MPV产品竞争情况 二、商务型MPV产品市场份额变化分析 三、家用型MPV产品竞争情况 四、家用型MPV产品市场份额变化分析 第三节 MPV产品分价格级别销量情况分析 一

、豪华型MPV产品竞争情况 二、豪华型MPV产品市场份额变化分析 三、中级MPV产品竞争情况 四、中级MPV产品市场份额变化分析 五、经济型MPV产品竞争情况 六、经济型MPV产品市场份额变化分析 第五章 中国MPV市场竞争新格局透析 第一节 中国MPV市场竞争总况 一、MPV竞争再度升级 二、MPV竞争力悄然转移—节油型市场受宠 三、家用MPV将成竞争热点 四、商务MPV竞争激烈 五、MPV市场品牌竞争力分析 第二节 提高MPV企业竞争力的策略 一、提高中国MPV企业核心竞争力的对策 二、MPV企业提升竞争力的主要方向 第六章 中国MPV主要厂商竞争力对及关键性财务数据分析 第一节 安徽江淮汽车股份有限公司（600418） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第二节 上海汽车（600104） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第三节 东风汽车（600006） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第四节 第一汽车（000800） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第五节 长安汽车（000625） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第六节 悦达投资（600805） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第七节 金杯汽车（600609） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第八节 福田汽车（600166） 一、企业介绍 二、企业盈利能力分析 三、企业偿债能力分析 四、企业运营能力分析 五、企业成长能力分析 第九节 奇瑞汽车 一、基本信息 二、企业经营情况分析 三、企业发展战略分析 第十节 吉利汽车 一、基本信息 二、企业经营情况分析 三、企业发展战略分析 第十一节 广州本田汽车有限公司 一、基本信息 二、企业经营情况分析 三、企业发展战略分析 第十二节 北京现代 一、基本信息 二、企业经营情况分析 三、企业发展战略分析 第七章 中国MPV市场前景预测分析 第一节 中国MPV市场前景预测 一、家用MPV潜力巨大 二、加强技术创新 三、国际化趋势增强 第二节 中国MPV市场预测分析 一、MPV市场预测供需预测分析 二、MPV市场进出口贸易预测分析 三、MPV市场盈利预测分析 第三节 中国MPV市场战略分析 一、渠道策略 1、MPV厂商应继续加强与渠道商的合作，发掘渠道潜力，追求双赢 2、强化渠道效率与管理能力，优化和整合渠道 3、降低渠道的成本，实现渠道设计扁平化 4、重视品牌营销，畅通沟通渠道 二、销售策略 1、针对消费者市场的形式，MPV厂商可采用下述销售策略 2、针对经销商的销售策略 三、品牌策略 1、深化品牌合作 2、加速品牌创新 第八章 中国MPV市场投资战略分析 第一节 中国MPV市场投资概况 一、中国MPV市场投资特性 二、中国MPV市场投资政策利好 第二节 中国MPV行业投资机会分析 一、MPV投资项目分析

二、可以投资的MPV模式 三、MPV投资新方向 第三节 中国MPV行业投资风险评价 一、宏观经济波动风险 1、宏观经济和居民收入对乘用车的发展起支撑作用 2、油价继续上涨对乘用车消费负面影响将逐步显著 3、消费环境恶化和使用成本增加抑制了部分消费 二、政策风险 1、燃油税等政策的影响 2、期待信贷再开放以刺激消费增长 3、《新能源汽车生产准入管理规则（征求意见稿）》发布 四、《汽车贸易政策》发布 三、价格风险 1、构建价格预警机制, 提早进行价格风险预测 2、物料价格波动时, 维持供应链稳定供给风险 第九章 MPV行业SWOT和市场供需分析 第一节 MPV行业SWOT分析 一、MPV行业优势分析 二、MPV行业劣势分析 三、MPV行业机会分析 四、MPV行业威胁分析 第二节 中国MPV市场供需状况 一、中国MPV市场供给预测分析 二、中国MPV市场需求预测分析 三、MPV行业进出口预测分析 第三节 MPV行业影响供给关系因素分析 一、MPV行业需求变化因素 二、MPV行业厂商产能因素 三、MPV行业原料供给状况 四、MPV行业技术水平提高 五、MPV行业政策变动因素 第十章 MPV行业投资前景和风险预警研究 第一节 MPV行业投资机会分析 一、MPV行业需求增长投资机会分析 二、MPV行业区域市场投资机会分析 第二节 MPV行业内部风险分析 一、MPV行业市场竞争风险分析 二、MPV行业技术水平风险分析 三、MPV行业企业经营风险分析 四、MPV行业企业出口风险分析 五、MPV行业自身发展周期风险分析 第三节 MPV行业外部风险分析 一、MPV行业国际宏观经济环境风险分析 二、MPV行业国内宏观经济环境风险分析 三、MPV行业国内外行业政策风险分析 四、MPV行业替代品行业发展风险分析 第四节 建议 略••••;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/435785.html>