

2017-2022年中国乘用车行业市场分析预测及投资 前景评估报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国乘用车行业市场分析预测及投资前景评估报告》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://www.huaon.com/detail/302646.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

受 2015 年经济形势低迷，以及2016年 7、8 月份股市大跌的影响，当年乘用车市场较为低迷，尤其是在 6、7、8 三月份，当月产销均为负增长，全年来看，产销增速分别为 5.78% 和 7.3%，连续两年下滑。

汽车作为我国国民经济的重要支柱产业之一，其下滑给经济也带来了较大的负面影响，在此背景下，国务院在15年9月份出台并于10月份实施了“小排量汽车购置税减半”的政策措施，即“从 2015 年 10 月 1 日到 2016 年 12 月 31 日，对购买 1.6 升及以下排量乘用车实施减半征收车辆购置税”的优惠政策。在政策实施后，当年十月份产量增速由负转正，销量增速也上升至 10%以上。

政策出台前后乘用车销量情况单位：万辆

2016 年在经济转暖弱复苏的大背景下，叠加购置税减半的政策驱动、2015 年的低基数效应，乘用车产销增速实现了大幅回升，尤其在 2016 年的 7-9 月份，产销增速均超过25%，累计来看，1-10月份乘用车产销量分别实现了15.3%和15.4%的同比增长，预计全年销量增速应在 13%-15%之间。

2006-2016我国乘用车销量（单位：万辆）

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：

第一部分 行业发展环境

第一章 SUV行业概述

第一节 SUV行业定义

第二节 SUV行业发展历程

第三节 SUV行业分类情况

第四节 SUV产业链分析

第二章 2016年中国SUV行业发展环境分析

第一节 2016年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2016年中国SUV行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2016年中国SUV行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分 行业运行分析

第三章 2016年中国SUV行业总体发展状况

第一节 中国SUV行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模情况分析

三、行业资产规模情况分析

四、行业市场规模情况分析

第二节 中国SUV行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

分车型（轿车、SUV、MPV 以及交叉型乘用车）来看，2016 年 1-10 月，4 个细分车型中，销量最多的是轿车，其销量为 960 万辆，细分车型中销量增速最高的 SUV，其前 10 个月共销售了 683 万辆，同比增长 45.5%，连续十年增速超过 20%，这主要是由于 SUV 有着更宽广的车内空间、更强劲的通过性以及更舒适的驾乘体验而受到人们的欢迎。从细分车型的销量在乘用车总销量中的占比来看，轿车的销量占比仍然最高，但在逐年下滑，其已由 2005 年的 70%下滑到 2016 年前 10 月的 50%，而 SUV 的销量占比在逐年提升，其由 2005 年的 5%快速提升至 2016 年的 36%。

乘用车细分车型的销量及增速（单位：万辆）

分品牌来看，2016 年前十个月自主、日系、德系、韩系以及法系品牌销量占比分别为 42.7%、15.7%、19.4%、12.2%、7.2%以及 2.6%，从近 8 年的时间跨度看，自主品牌、美系以及韩系品牌市场份额较为稳定，德系品牌市场份额略有上升，而日系品牌的市场份额则有小幅的下滑。

按车型分 2005-2016年乘用车的销量占比

按品牌分2005-2016年乘用车的销量占比

三、行业产销情况分析

第三节 中国SUV行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第四章 中国SUV市场供需分析

第一节 SUV市场现状分析及预测

一、2016年我国SUV行业总产值分析

二、2017-2022年我国SUV行业总产值预测

第二节 SUV产品产量分析及预测

一、2016年我国SUV产量分析

二、2017-2022年我国SUV产量预测

第三节 SUV市场需求分析及预测

一、2016年我国SUV市场需求分析

二、2017-2022年我国SUV市场需求预测

第四节 SUV进出口数据分析

一、我国SUV进出口数据分析

1、进口分析

2、出口分析

二、2017-2022年国内SUV产品进出口情况预测

1、进口预测

2、出口预测

第三部分 市场发展形势

第五章 SUV行业发展现状分析

第一节 全球SUV行业发展分析

一、全球SUV行业发展历程

二、全球SUV行业发展现状

三、全球SUV行业发展预测

第二节 中国SUV行业发展分析

一、2016年中国SUV行业发展态势分析

二、2016年中国SUV行业发展特点分析

三、2016年中国SUV行业市场供需分析

第三节 中国SUV产业特征与行业重要性

第四节 SUV行业特性分析

第六章 中国SUV市场规模分析

第一节 2016年中国SUV市场规模分析

第二节 2016年中国SUV区域市场规模分析

一、2016年东北地区市场规模分析

二、2016年华北地区市场规模分析

三、2016年华东地区市场规模分析

四、2016年华中地区市场规模分析

五、2016年华南地区市场规模分析

六、2016年西部地区市场规模分析

第三节 2017-2022年中国SUV市场规模预测

第七章 SUV国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2017-2022年国内产品未来价格走势预测

第八章 SUV及其主要上下游产品

第一节 SUV上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 SUV行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第四部分 行业竞争策略

第九章 SUV产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第十章 SUV行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、相关和支持性产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 SUV企业竞争策略分析

- 一、提高SUV企业核心竞争力的对策
- 二、影响SUV企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高SUV企业竞争力的策略

第十一章 SUV行业重点企业竞争分析

第一节 东风日产乘用车公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第二节 上海汽车集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第三节 北京乘用车公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第四节 江淮汽车乘用车公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第五节 广州汽车集团乘用车有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第六节 上海通用

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第七节 北京现代

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第八节 一汽大众

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第九节 上海通用五菱

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第十节 长安福特

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2017-2022年公司发展战略分析

第五部分 行业前景预测

第十二章 SUV行业投资与发展前景分析

第一节 SUV行业投资机会分析

- 一、SUV投资项目分析
- 二、可以投资的SUV模式
- 三、2016年SUV投资机会

第二节 2017-2022年中国SUV行业发展预测分析

- 一、未来SUV发展分析
- 二、未来SUV行业技术开发方向
- 三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、“十三五”行业发展趋势

第十三章 SUV产业用户度分析

第一节 SUV产业用户认知程度

第二节 SUV产业用户关注因素

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

第六部分 行业投资策略

第十四章 2017-2022年SUV行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前SUV存在的问题

第二节 SUV未来发展预测分析

- 一、中国SUV发展方向分析
- 二、2017-2022年中国SUV行业发展规模预测
- 三、2017-2022年中国SUV行业发展趋势预测

第三节 2017-2022年中国SUV行业投资风险分析

- 一、出口风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、产品投资风险

第十五章 专家观点与结论

第一节 SUV行业营销策略分析及建议

- 一、SUV行业营销模式
- 二、SUV行业营销策略

第二节 SUV行业企业经营发展分析及建议

- 一、SUV行业经营模式
- 二、SUV行业生产模式

第三节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

图表目录：

图表：行业生命周期的判断

图表：2015-2016年中国规模以上工业企业经济指标统计

图表：2015-2016年中国SUV行业销售在工业企业中的地位趋势图

图表：2015-2016年中国SUV行业产值和GDP增长率比较

图表：2015-2016年中国国内生产总值及增长速度

图表：2016年中国货物进出口总额及其增长速度

图表：2016年中国商品进出口贸易总额增长趋势图

图表：2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表：2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/302646.html>