

2024-2030年中国轿车市场 分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国轿车市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/J14380IX4G.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2024-01-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国轿车市场分析与投资前景研究报告》介绍了轿车行业相关概述、中国轿车产业运行环境、分析了中国轿车行业的现状、中国轿车行业竞争格局、对中国轿车行业做了重点企业经营状况分析及中国轿车产业发展前景与投资预测。您若想对轿车产业有个系统的了解或者想投资轿车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

轿车（saloon car）是指用于载送人员及其随身物品，且座位布置在两轴之间的汽车。一般轿车强调的是舒适性，以乘员为中心。而且是从经济性考虑出发，选择马力适中、排量少、耗油量小的发动机。

在中国内地的行驶证管理方面，轿车特指区别于货车、皮卡、SUV、大巴和中巴的小型汽车，俗称为“小轿车”。在香港，轿车又称私家车，是最为常用的交通工具，用于载人及行李。包括驾驶者在内，座位数最多不超过9个，它又以不同的类型所划分。

按照中国内地标准划分为：微型轿车（排量为1L以下）、普通级轿车（排量为1.0~1.6L）、中级轿车（排量为1.6~2.5L）、中高级轿车（排量为2.5~4.0L）和高级轿车（排量为4L以上）。

一、行业现状分析

2023年中国轿车行业继续保持稳健的增长态势，基本型乘用车（轿车）产量累计值达到1086.3万辆，期末总额比上年累计增长4.2%。这一增长表明中国轿车市场仍具有较大的发展潜力和消费需求。产销规模稳步增长：近年来，随着国民经济持续发展和消费者购买力提升，中国轿车市场保持了稳定的增长态势。轿车产量的持续增长反映了市场需求的持续增长和消费者对轿车出行的需求。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2024-2030年中国轿车市场分析与投资前景研究报告》表明：2023年我国基本型乘用车（轿车）产量累计值达1086.3万辆，期末总额比上年累计增长4.2%。

指标2023年12月2023年11月2023年10月2023年9月2023年8月2023年7月基本型乘用车（轿车）产量当期值(万辆)111.3102.196.4101.192.582.5基本型乘用车（轿车）产量累计值(万

辆)1086.3945.4843.2744.1642.6552.1基本型乘用车（轿车）产量同比增长(%)1714.70.4-2.10.4-12.2

基本型乘用车（轿车）产量累计增长(%)4.21.50.60.30.60.8更多数据请关注【博思数据官方网站

<http://www.bosidata.com>】数据来源：博思数据整理 未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的基本型乘用车（轿车）市场分析报告中，2023年全国各省市汽车投资数据统计如下：

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2019-2023年汽车行业发展分析

2.1 2019-2023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 世界汽车工业发展回顾

2.1.3 世界汽车工业发展现状

2.1.4 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 中国汽车市场发展地位

2.2.3 中国汽车工业发展综述

2.2.4 中国汽车产业自主品牌发展分析

2.3 2019-2023年中国汽车行业发展分析

2.3.1 中国汽车行业发展回顾

2.3.2 中国汽车工业运行现状

2.3.3 中国汽车工业运行态势

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2019-2023年国际轿车行业发展分析

3.1 2019-2023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 美国轿车市场发展回顾

3.2.2 美国轿车市场发展现状

3.2.3 美国轿车市场发展动态

3.3 德国

3.3.1 德国轿车行业发展回顾

3.3.2 德国轿车行业发展现状

3.3.3 德国轿车行业发展动态

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

3.4.4 日本轿车市场销售排名概况

3.5 俄罗斯

3.5.1 俄罗斯轿车行业产销概况

3.5.2 俄罗斯轿车进出口概况

3.5.3 俄罗斯轿车行业发展特点

3.5.4 俄罗斯轿车行业发展动态

第四章2019-2023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 2019-2023年中国轿车市场发展分析

4.2.1 中国轿车行业发展回顾

4.2.2 中国轿车市场走势特点

4.2.3 中国轿车行业发展状况

4.2.4 中国轿车行业发展动态

4.3 2019-2023年全国基本型乘用车（轿车）产量分析

4.3.1 2019-2023年全国基本型乘用车（轿车）产量趋势

4.3.2 2021年全国基本型乘用车（轿车）产量情况

4.3.3 2022年全国基本型乘用车（轿车）产量情况

4.3.4 2023年全国基本型乘用车（轿车）产量情况

4.3.5 基本型乘用车（轿车）产量分布情况

4.4 2019-2023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 中国轿车产业投资策略建议
- 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2019-2023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 2019-2023年中国微型轿车发展分析
 - 5.2.1 我国微型轿车市场发展回顾
 - 5.2.2 微型轿车市场自主品牌概况
 - 5.2.3 我国微型轿车市场发展现状
 - 5.2.4 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2019-2023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 中国经济型轿车市场回顾
 - 6.2.4 中国经济型轿车市场现状
 - 6.2.5 中国经济型轿车市场动态
- 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 中国经济型轿车趋势预测及趋势
 - 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2019-2023年其他轿车细分市场分析
 - 7.1 2019-2023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 我国高档轿车市场回顾
 - 7.1.3 国产豪华轿车市场现状
 - 7.1.4 国产豪华轿车市场动态
 - 7.1.5 中国成为德国高档轿车全球最大市场
 - 7.2 2019-2023年中高级轿车市场运行状况
 - 7.2.2 国内中高级轿车市场运行回顾
 - 7.2.3 我国中高级轿车市场运行现状
 - 7.2.4 我国中高级轿车市场运行动态
 - 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2019-2023年中国轿车市场竞争分析

8.1 2019-2023年中国轿车市场竞争概述

8.1.1 轿车企业的核心竞争力分析

8.1.2 我国轿车行业竞争的根本规律

8.1.3 我国轿车市场竞争格局概况

8.1.4 我国轿车市场竞争格局态势

8.1.5 国产与进口轿车竞争比较优劣势分析

8.1.6 中国轿车品牌与国外品牌的差距分析

8.2 2019-2023年中国轿车各细分市场竞争概述

8.2.1 中高级轿车市场竞争格局

8.2.2 中高级轿车制造商竞争策略

8.2.3 中级轿车市场竞争格局

8.2.4 经济型轿车市场竞争格局

8.3 提升中国轿车行业竞争力的建议

8.3.1 善用“钻石理论”;

8.3.2 提高自主开发能力

8.3.3 利用新概念和个性化设计打开销售

8.3.4 提升中国品牌轿车竞争力的战略

8.3.5 改善我国轿车制造业竞争结构的政策建议

第九章2019-2023年中国轿车营销分析

9.1 中国轿车营销模式透析

9.1.1 中国轿车营销模式的内涵

9.1.2 中国轿车营销模式的选择分析

9.1.3 中国轿车营销模式的主要特点

9.2 轿车营销中的客户关系管理分析

9.2.1 CRM的起源及定义

9.2.2 中国轿车销售需要实施客户关系管理

9.2.3 实施客户关系管理的流程

9.2.4 在轿车营销中实施CRM存在的问题

9.3 2019-2023年中国轿车业营销渠道分析

- 9.3.1 轿车营销渠道的定义及作用
- 9.3.2 中国轿车行业渠道模式现状
- 9.3.3 中国轿车业渠道体制存在的问题
- 9.3.4 加强中国轿车渠道建设的对策
- 9.3.5 中国轿车构建营销渠道力的具体措施
- 9.4 中国轿车营销存在的问题
 - 9.4.1 中国轿车营销体系需解决的问题
 - 9.4.2 轿车营销传播存在的四大不足
 - 9.4.3 软件建设存在差距
- 9.5 中国轿车市场营销策略分析
 - 9.5.1 建立轿车营销模式的原则
 - 9.5.2 我国轿车营销模式的发展思路
 - 9.5.3 关于建立品牌经营营销模式的建议
 - 9.5.4 关于轿车营销策略创新的对策
 - 9.5.5 轿车促销策略分析
 - 9.5.6 轿车营销传播策略

第十章2019-2023年轿车行业关联产业分析

- 10.1 汽车零部件
 - 10.1.1 中国汽车零部件体系发展的总体综述
 - 10.1.2 中国汽车零部件工业取得巨大成就
 - 10.1.3 汽车零部件产业发展的显著特点
 - 10.1.4 中国汽车零部件企业存在三大不足
 - 10.1.5 中国汽车零部件业发展对策建议
- 10.2 钢铁
 - 10.2.1 中国钢铁业发展历程
 - 10.2.2 我国钢铁行业运行回顾
 - 10.2.3 我国钢铁行业运行现状
 - 10.2.4 我国钢铁行业运行动态
 - 10.2.5 中国钢铁工业发展对策建议
- 10.3 石油
 - 10.3.1 石油概述
 - 10.3.2 我国石油行业运行回顾

10.3.3 我国石油行业运行现状

10.3.4 我国石油行业运行动态

10.3.5 中国石油企业投资策略浅析

10.4 橡胶

10.4.1 橡胶概述

10.4.2 中国橡胶行业运行回顾

10.4.3 中国橡胶行业运行状况

10.4.4 中国橡胶行业运行动态

第十一章轿车行业重点企业财务状况

11.1 一汽轿车股份有限公司

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 竞争实力分析

11.1.6 公司发展战略

11.2 安徽江淮汽车股份有限公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 经营效益分析

11.2.3 业务经营分析

11.2.4 财务状况分析

11.2.5 竞争实力分析

11.2.6 公司发展战略

11.3 上海汽车集团股份有限公司

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 经营效益分析

11.3.3 业务经营分析

11.3.4 财务状况分析

11.3.5 竞争实力分析

11.3.6 公司发展战略

11.4 北京现代汽车有限公司

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 经营效益分析

11.4.3 业务经营分析

11.4.4 财务状况分析

11.4.5 竞争实力分析

11.4.6 公司发展战略

11.5 广州汽车集团股份有限公司

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 经营效益分析

11.5.3 业务经营分析

11.5.4 财务状况分析

11.5.5 竞争实力分析

11.5.6 公司发展战略

11.6 安徽奇瑞汽车有限公司

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 经营效益分析

11.6.3 业务经营分析

11.6.4 财务状况分析

11.6.5 竞争实力分析

11.6.6 公司发展战略

11.7 比亚迪汽车有限公司

11.7.1 企业发展概况

11.7.2 经营效益分析

11.7.3 业务经营分析

11.7.4 财务状况分析

11.7.5 竞争实力分析

11.7.6 公司发展战略

第十二章中国轿车行业投资分析

12.1 汽车行业投资概况

12.1.1 国际新能源汽车业已吸引逾四百亿资金投入

12.1.2 国家投巨资支持央企开发汽车行业

12.1.3 我国汽车行业具有持续性投资价值

12.1.4 国内能源巨企纷纷投资汽车行业

12.2 轿车行业行业前景调研

12.2.1 政府不使用行政手段限制轿车投资

12.2.2 我国轿车行业极具投资潜力

12.2.3 微型轿车市场行业前景调研看好

12.3 轿车行业投资前景分析

12.3.1 轿车行业的进入壁垒风险

12.3.2 轿车替代品带来的风险

12.3.3 供应商和购买者的讨价还价能力对轿车业形成威胁

12.3.4 轿车行业内企业的竞争风险

12.4 轿车行业投资前景研究分析

12.4.1 轿车行业投资前景研究

12.4.2 轿车企业应积极采取措施应对风险

第十三章对轿车行业投资预测及趋势分析分析

13.1 汽车行业未来发展分析

13.1.1 全球汽车产业发展趋势综述

13.1.2 中国汽车产业将进入发展黄金期

13.1.3 新能源汽车产业化进程将加速

13.1.4 汽车工业发展的战略选择

13.2 轿车行业未来发展预测

13.2.1 未来我国轿车需求依然强劲

13.2.2 对2024-2030年中国轿车行业发展预测分析

13.2.3 未来轿车将趋向多功能化

13.2.4 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

图表目录

图表 国产汽车产品型号第二、三位数字含义

图表 美国轿车车型销售量排行

图表 北京、上海、广州和深圳的R值趋势

图表 购车人群形成过程模拟

图表 轿车月度销量与同比增速

图表 中国轿车自主品牌结构“3+X”组织框架

图表 中国轿车销量企业排行榜

图表 轿车品牌销量排行榜

图表 轿车销售（分排量）汇总表

图表 中国轿车市场销量前十品牌排名

图表 2019-2023年中国基本型乘用车（轿车）产量趋势图

图表 2021年全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2021年主要省份基本型乘用车（轿车）占全国产量比重情况

图表 2022年全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2022年主要省份基本型乘用车（轿车）占全国产量比重情况

图表 2023年全国基本型乘用车（轿车）产量数据

图表 2023年主要省份基本型乘用车（轿车）占全国产量比重情况

图表 2023年基本型乘用车（轿车）产量集中程度示意图

图表 消费者购车时考虑的因素

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/J14380IX4G.html>