

2022-2027年中国自主品牌乘用车市场规模预测及 投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国自主品牌乘用车市场规模预测及投资战略咨询报告》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/channel/van/768992.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

自主品牌（Self-owned Brand）是指由企业自主开发，拥有自主知识产权的品牌。

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家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 中国乘用车市场环境及竞争格局分析

第一章 2021年中国乘用车市场环境分析

第一节 2021年中国宏观经济环境分析

- 一、国际形势对中国经济的影响
- 二、中国乘用车市场容量状况分析
- 三、中国GDP增长与乘用车消费增长的趋势预测

第二节 2021年中国乘用车消费者需求情况分析

- 一、中国乘用车消费阶层收入状况分析
- 二、中国乘用车消费者心理及影响因素分析
- 三、一线城市、中小城市消费需求分析

第三节 2021年中国乘用车社会环境分析

- 一、石油供求状况及对乘用车市场的影响
- 二、环保压力对乘用车市场的影响
- 三、中国城市交通系统建设对乘用车市场的影响

第四节 2021年中国乘用车政策环境分析

- 一、中国2017-2021年出台的相关政策法规及影响
- 二、中国未来汽车产业政策预测
- 三、燃油标准推出将对乘用车市场带来的影响

第二章 2021年中国乘用车所属市场竞争格局透析

第一节 2021年中国乘用车运行态势分析

- 一、2017-2021年中国乘用车产量分析
- 二、中国乘用车市场消费分析
- 三、中国乘用车出口分析

第二节 2021年中国自主品牌与合资品牌竞争力分析

- 一、自主品牌、美系车、欧系车、日系车、韩系车在中国市场现状
- 二、自主品牌优势领域与合资品牌优势领域比较
- 三、自主品牌和合资品牌汽车差距分析

第三节 2021年中国乘用车分类市场比较

一、轿车市场现状及发展预测

二、MPV市场现状及发展预测

三、SUV市场现状及发展预测

四、交叉型乘用车现状及未来发展预测

第四节 2021年中国微车市场、中高级乘用车市场竞争格局分析

一、微车市场发展状况及主要竞争厂家

二、中高级车市场发展状况及竞争力分析

三、自主品牌乘用车提升竞争力策略分析

第二部分 中国中高级车市场调研

第三章 2021年中国自主品牌必须进入中高级市场原因分析

第一节 2021年中国自主品牌汽车面临巨大生存压力

第二节 2021年中国合资品牌技术资金给自主品牌带来巨大冲击

第三节 2021年自主品牌汽车进军中高级市场战略解析

第四章 2021年中国中高级乘用车所属市场运行深度剖析

第一节 2021年中国中高级乘用车需求分析预测

一、中高级市场消费群体消费行为分析

二、中高级车市运动型车需求状况

三、中高级车市个性化消费分析

第二节 2021年中国中高级乘用车竞争力分析

一、我国中高级车市场竞争分析

二、欧美日系布局中级车市场竞争分析

三、我国三大集团中高级车市场竞争分析

第三节 2021年中国中高级乘用车市场发展态势分析

第三部分 中国自主品牌汽车进军中高级市场调研

第五章 2021年中国自主品牌汽车进军中高级市场剖析

第一节 一汽集团进军中高级市场进展

一、一汽集团进军中高级市场规划

二、一汽集团推出车型及竞争力分析

三、一汽中高级轿车用汽油机研发情况

四、一汽集团自主品牌投资前景分析

第二节 上汽集团进军中高级市场状况

第三节 东风集团进军中高级市场状况

第四节 奇瑞汽车进军中高级市场状况

第五节 吉利集团进军中高级市场状况

第六节 比亚迪股份进军中高级市场状况

第七节 江淮集团进军中高级市场状况

第六章 2021年中国自主品牌进军中高级市场主要障碍分析

第一节 2021年中国汽车品牌自身不利因素分析

第二节 2021年中国合资品牌在中高级市场占据稳定优势

第三节 2021年中国汽车自主品牌进军中高级市场其它障碍

一、自主品牌销售结构问题分析

二、自主品牌市场发展困境分析

三、中国汽车自主品牌发展难题分析

四、中国汽车自主品牌发展挑战分析

第七章 2021年中国汽车自主品牌进军中高级市场有利因素分析

第一节 2021年中国汽车市场自主品牌发展提供有利空间

一、中高级车市场复杂性分析

二、国际形势对中高级车市场影响

三、自主品牌在中高级市场发展分析

第二节 2021年中国自主品牌汽车企业自身优势分析

一、中国自主品牌轿车销售状况

二、自主品牌引领小排量车技术升级

三、国产汽车自主品牌重新布局分析

第三节 2021年中国自主品牌汽车进军中高级市场政策利好

一、中国自主品牌汽车创新突破口

二、中国汽车产业未来技术路径

三、中国自主品牌开拓新能源市场

四、一系列鼓励自主品牌汽车发展政策的促进作用

第八章 2022-2027年中国自主品牌汽车进军中高级市场投资前景分析

第一节 2022-2027年中国自主品牌汽车进军中高级市场风险分析

第二节 2022-2027年中国自主品牌汽车进军中高级市场技术风险

第三节 政策风险

第四节 财务风险

第四部分 中国自主品牌汽车进军中高级市场策略

第九章 日韩企业进军中高级市场的历史及对中国企业借鉴作用

第一节 丰田汽车进军中高级市场历程及对中国企业启发

第二节 本田汽车进军中高级市场历程及对中国企业启发

第三节 现代汽车进军中高级市场历程及对中国企业启发

一、韩国市场发展阶段分析

二、北京现代在中高级市场动向

三、北京现代本土化研发策略

四、现代中国战略分析

第十章 2022-2027年中国企业进军中国高级市场策略建议

第一节 2022-2027年中国自主品牌车企进军海外策略(AK HT)

一、自主品牌进军海外分析

二、培育市场以带动就业

三、热心公益尽企业责任

第二节 2022-2027年中国自主品牌车企进军中高级市场策略

第三节 2022-2027年中国自主品牌车企进军高端市场战略

第四节 2022-2027年中国自主品牌新技术突围策略分析

图表目录：

图表2017-2021年中国GDP总量及增长趋势图

图表2021年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表2017-2021年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表2017-2021年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表2017-2021年我国货物进出口总额走势图

图表2017-2021年中国货物进口总额和出口总额走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/van/768992.html>