

# 2019-2025年中国自主品牌乘用车行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国自主品牌乘用车行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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/419133.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

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：

### 第一章 自主品牌乘用车行业发展综述

#### 1.1 自主品牌乘用车行业概述

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业主要商业模式

#### 1.2 自主品牌乘用车行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

##### 1.2.2 自主品牌乘用车行业在产业链中的地位

##### 1.2.3 自主品牌乘用车行业生命周期分析

###### (1) 行业生命周期理论基础

###### (2) 自主品牌乘用车行业生命周期

#### 1.3 最近3-5年中国自主品牌乘用车行业经济指标分析

##### 1.3.1 赢利性

##### 1.3.2 成长速度

##### 1.3.3 附加值的提升空间

##### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

##### 1.3.5 风险性

##### 1.3.6 行业周期

##### 1.3.7 竞争激烈程度指标

##### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 自主品牌乘用车行业运行环境（PEST）分析

#### 2.1 自主品牌乘用车行业政治法律环境分析

##### 2.1.1 行业管理体制分析

##### 2.1.2 行业主要法律法规

##### 2.1.3 行业相关发展规划

#### 2.2 自主品牌乘用车行业经济环境分析

- 2.2.1 国际宏观经济形势分析
- 2.2.2 国内宏观经济形势分析
- 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 自主品牌乘用车行业社会环境分析
  - 2.3.1 自主品牌乘用车产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 自主品牌乘用车产业发展对社会发展的影响
- 2.4 自主品牌乘用车行业技术环境分析
  - 2.4.1 自主品牌乘用车技术分析
  - 2.4.2 自主品牌乘用车技术发展水平
  - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

### 第三章 我国自主品牌乘用车行业运行分析

- 3.1 我国自主品牌乘用车行业发展状况分析
  - 3.1.1 我国自主品牌乘用车行业发展阶段
  - 3.1.2 我国自主品牌乘用车行业发展总体概况
  - 3.1.3 我国自主品牌乘用车行业发展特点分析
- 3.2 2018年自主品牌乘用车行业发展现状
  - 3.2.1 2014-2018年我国自主品牌乘用车行业市场规模
  - 3.2.2 2018年我国自主品牌乘用车行业发展分析
  - 3.2.3 2018年中国自主品牌乘用车企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
  - 3.3.1 区域市场分布总体情况
  - 3.3.2 2018年重点省市市场分析
- 3.4 自主品牌乘用车产品/服务价格分析
  - 3.4.1 2014-2018年自主品牌乘用车价格走势
  - 3.4.2 影响自主品牌乘用车价格的关键因素分析
    - (1) 成本
    - (2) 供需情况
    - (3) 关联产品
    - (4) 其他
  - 3.4.3 2019-2025年自主品牌乘用车产品/服务价格变化趋势
  - 3.4.4 主要自主品牌乘用车企业价位及价格策略

### 第四章 我国自主品牌乘用车所属行业整体运行指标分析

#### 4.1 2014-2018年中国自主品牌乘用车所属行业总体规模分析

##### 4.1.1 企业数量结构分析

##### 4.1.2 人员规模状况分析

##### 4.1.3 行业资产规模分析

##### 4.1.4 行业市场规模分析

#### 4.2 2014-2018年中国自主品牌乘用车所属行业运营情况分析

##### 4.2.1 我国自主品牌乘用车所属行业营收分析

##### 4.2.2 我国自主品牌乘用车所属行业成本分析

##### 4.2.3 我国自主品牌乘用车所属行业利润分析

#### 4.3 2014-2018年中国自主品牌乘用车所属行业财务指标总体分析

##### 4.3.1 行业盈利能力分析

##### 4.3.2 行业偿债能力分析

##### 4.3.3 行业营运能力分析

##### 4.3.4 行业发展能力分析

### 第五章 我国自主品牌乘用车所属行业供需形势分析

#### 5.1 自主品牌乘用车所属行业供给分析

##### 5.1.1 2014-2018年自主品牌乘用车所属行业供给分析

##### 5.1.2 2019-2025年自主品牌乘用车所属行业供给变化趋势

##### 5.1.3 自主品牌乘用车行业区域供给分析

#### 5.2 2014-2018年我国自主品牌乘用车所属行业需求情况

##### 5.2.1 自主品牌乘用车所属行业需求市场

##### 5.2.2 自主品牌乘用车行业客户结构

##### 5.2.3 自主品牌乘用车所属行业需求的地区差异

#### 5.3 自主品牌乘用车市场应用及需求预测

##### 5.3.1 自主品牌乘用车应用市场总体需求分析

###### (1) 自主品牌乘用车应用市场需求特征

###### (2) 自主品牌乘用车应用市场需求总规模

##### 5.3.2 2019-2025年自主品牌乘用车行业领域需求量预测

###### (1) 2019-2025年自主品牌乘用车行业领域需求产品/服务功能预测

###### (2) 2019-2025年自主品牌乘用车行业领域需求产品/服务市场格局预测

##### 5.3.3 重点行业自主品牌乘用车产品/服务需求分析预测

### 第六章 自主品牌乘用车行业产业结构分析

#### 6.1 自主品牌乘用车产业结构分析

- 6.1.1 市场充分程度分析
- 6.1.2 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
  - 6.2.1 产业价值链的构成
  - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
- 6.3 产业结构发展预测
  - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
  - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
  - 6.3.3 中国自主品牌乘用车行业参与国际竞争的战略市场定位
  - 6.3.4 自主品牌乘用车产业结构调整方向分析

## 第七章 我国自主品牌乘用车行业产业链分析

- 7.1 自主品牌乘用车行业产业链分析
  - 7.1.1 产业链结构分析
  - 7.1.2 主要环节的增值空间
  - 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 自主品牌乘用车上游行业分析
  - 7.2.1 自主品牌乘用车产品成本构成
  - 7.2.2 2018年上游行业发展现状
  - 7.2.3 2019-2025年上游行业发展趋势
  - 7.2.4 上游供给对自主品牌乘用车行业的影响
- 7.3 自主品牌乘用车下游行业分析
  - 7.3.1 自主品牌乘用车下游行业分布
  - 7.3.2 2018年下游行业发展现状
  - 7.3.3 2019-2025年下游行业发展趋势
  - 7.3.4 下游需求对自主品牌乘用车行业的影响

## 第八章 我国自主品牌乘用车行业渠道分析及策略

- 8.1 自主品牌乘用车行业渠道分析
  - 8.1.1 渠道形式及对比
  - 8.1.2 各类渠道对自主品牌乘用车行业的影响
  - 8.1.3 主要自主品牌乘用车企业渠道策略研究
  - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 自主品牌乘用车行业用户分析
  - 8.2.1 用户认知程度分析

### 8.2.2 用户需求特点分析

### 8.2.3 用户购买途径分析

## 8.3 自主品牌乘用车行业营销策略分析

### 8.3.1 中国自主品牌乘用车营销概况

### 8.3.2 自主品牌乘用车营销策略探讨

### 8.3.3 自主品牌乘用车营销发展趋势

## 第九章 我国自主品牌乘用车行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 自主品牌乘用车行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

#### 9.1.2 自主品牌乘用车行业企业间竞争格局分析

#### 9.1.3 自主品牌乘用车行业集中度分析

#### 9.1.4 自主品牌乘用车行业SWOT分析

### 9.2 中国自主品牌乘用车行业竞争格局综述

#### 9.2.1 自主品牌乘用车行业竞争概况

- (1) 中国自主品牌乘用车行业竞争格局
- (2) 自主品牌乘用车行业未来竞争格局和特点
- (3) 自主品牌乘用车市场进入及竞争对手分析

#### 9.2.2 中国自主品牌乘用车行业竞争力分析

- (1) 我国自主品牌乘用车行业竞争力剖析
- (2) 我国自主品牌乘用车企业市场竞争的优势
- (3) 国内自主品牌乘用车企业竞争能力提升途径

#### 9.2.3 自主品牌乘用车市场竞争策略分析

## 第十章 自主品牌乘用车行业领先企业经营形势分析

### 10.1 江苏吴中

#### 10.1.1 企业概况

#### 10.1.2 企业优势分析

#### 10.1.3 经营状况分析

## 10.2 安诺其

### 10.2.1 企业概况

### 10.2.2 企业优势分析

### 10.2.3 经营状况分析

## 10.3 亚邦股份

### 10.3.1 企业概况

### 10.3.2 企业优势分析

### 10.3.3 经营状况分析

## 10.4 建新股份

### 10.4.1 企业概况

### 10.4.2 企业优势分析

### 10.4.3 经营状况分析

## 10.5 浙江龙盛

### 10.5.1 企业概况

### 10.5.2 企业优势分析

### 10.5.3 经营状况分析

## 10.6 航民股份

### 10.6.1 企业概况

### 10.6.2 企业优势分析

### 10.6.3 经营状况分析

## 10.7 传化智联

### 10.7.1 企业概况

### 10.7.2 企业优势分析

### 10.7.3 经营状况分析

## 10.8 海翔药业

### 10.8.1 企业概况

### 10.8.2 企业优势分析

### 10.8.3 经营状况分析

## 10.9 闰土股份

### 10.9.1 企业概况

### 10.9.2 企业优势分析

### 10.9.3 经营状况分析

## 第十一章 2019-2025年自主品牌乘用车行业投资前景

### 11.1 2019-2025年自主品牌乘用车市场发展前景



- 11.1.1 2019-2025年自主品牌乘用车市场发展潜力
- 11.1.2 2019-2025年自主品牌乘用车市场发展前景展望
- 11.2 2019-2025年自主品牌乘用车市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2019-2025年自主品牌乘用车行业发展趋势
  - 11.2.2 2019-2025年自主品牌乘用车市场规模预测
  - 11.2.3 2019-2025年自主品牌乘用车行业应用趋势预测
- 11.3 2019-2025年中国自主品牌乘用车行业供需预测
  - 11.3.1 2019-2025年中国自主品牌乘用车行业供给预测
  - 11.3.2 2019-2025年中国自主品牌乘用车行业需求预测
  - 11.3.3 2019-2025年中国自主品牌乘用车供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.4.1 市场整合成长趋势
  - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
  - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
  - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2019-2025年自主品牌乘用车行业投资机会与风险

- 12.1 自主品牌乘用车行业投融资情况
  - 12.1.1 行业资金渠道分析
  - 12.1.2 固定资产投资分析
  - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2019-2025年自主品牌乘用车行业投资机会
  - 12.2.1 产业链投资机会
  - 12.2.2 重点区域投资机会
- 12.3 2019-2025年自主品牌乘用车行业投资风险及防范
  - 12.3.1 政策风险及防范
  - 12.3.2 技术风险及防范
  - 12.3.3 供求风险及防范
  - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 12.3.5 关联产业风险及防范
  - 12.3.6 产品结构风险及防范
  - 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 自主品牌乘用车行业投资战略研究

- 13.1 自主品牌乘用车行业发展战略研究
  - 13.1.1 战略综合规划
  - 13.1.2 技术开发战略
  - 13.1.3 业务组合战略
  - 13.1.4 区域战略规划
  - 13.1.5 产业战略规划
  - 13.1.6 营销品牌战略
  - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国自主品牌乘用车品牌的战略思考
  - 13.2.1 自主品牌乘用车品牌的重要性
  - 13.2.2 自主品牌乘用车实施品牌战略的意义
  - 13.2.3 自主品牌乘用车企业品牌的现状分析
  - 13.2.4 我国自主品牌乘用车企业的品牌战略
  - 13.2.5 自主品牌乘用车品牌战略管理的策略
- 13.3 自主品牌乘用车经营策略分析
  - 13.3.1 自主品牌乘用车市场创新策略
  - 13.3.2 品牌定位与品类规划
  - 13.3.3 自主品牌乘用车新产品差异化战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 自主品牌乘用车行业研究结论
- 14.2 自主品牌乘用车行业投资价值评估
- 14.3 自主品牌乘用车行业投资建议
  - 14.3.1 行业发展策略建议
  - 14.3.2 行业投资方向建议
  - 14.3.3 行业投资方式建议

### 图表目录：

- 图表 1：自主品牌乘用车行业生命周期
- 图表 2：自主品牌乘用车行业产业链结构
- 图表 3：2014-2018年全球自主品牌乘用车行业市场规模
- 图表 4：2014-2018年中国自主品牌乘用车行业市场规模
- 图表 5：2014-2018年自主品牌乘用车行业重要数据指标比较
- 图表 6：2014-2018年中国自主品牌乘用车市场占全球份额比较
- 图表 7：2014-2018年自主品牌乘用车所属行业工业总产值

图表 8 : 2014-2018年自主品牌乘用车行业销售收入

图表 9 : 2014-2018年自主品牌乘用车行业利润总额

图表 10 : 2014-2018年自主品牌乘用车行业资产总计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/419133.html>