



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国自主品牌乘用车 市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国自主品牌乘用车市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/285426.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

据数据，2016 年国内自主品牌乘用车销量总计约 1050.39 万辆，增速 20.75%，远高于 2016 年乘用车市场的整体增速 14.93%和同期日系、德系、美系、韩系、法系等品牌销量增速（分别为 12.70%、12.81%、13.89%、6.74%和-11.82%）。同时，自主品牌乘用车市场占有率持续回升，由 2014 年的低点 38.31%快速上升至 2016 年的 43.24%。

已披露 2016 年销量数据的上市车企中，自主品牌普遍获得了高增长，其中广汽乘用车、江铃驭胜、上汽乘用车、东风乘用车、吉利汽车 2016 年全年销量增速均超过 50%，分别达 90.66%、90.05%、89.23%、57.40%、50.21%；仅长安汽车、力帆股份、一汽夏利的自主品牌乘用车销量下滑。 2009年-2016年自主品牌乘用车销量（辆） 2009年-2016年自主品牌乘用车市场占有率（%）

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 中国乘用车市场环境及竞争格局分析
第一章 2017年中国乘用车市场环境分析
第一节 2017年中国宏观经济环境分析
一、金融危机对中国经济的影响
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 2017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 2017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 2017年中国乘用车政策环境分析

- 一、中国近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 2017年中国乘用车市场竞争格局透析

第一节 2017年中国乘用车运行态势分析

- 一、近几年中国乘用车产量分析
- 二、中国乘用车市场消费分析

自主SUV市占率大幅提升至57%，年销量超过400万辆。近两三年来自主SUV已经成为我国乘用车增长的主力军。近两年前10销量的SUV品牌中自主品牌已占据6席，较往年大幅提升。

2016年1-10月乘用车销量净增量结构

净增量	乘用车	轿车	SUV	MPV	交叉型车	合计
100%	13%	85%	14%	-12%		
自主	53%	-5%	56%	14%	-12%	
德系	18%	15%	3%			
1%	0%					
日系	15%	5%	10%	0%	0%	
美系	12%	3%	9%	0%	0%	
韩系	3%	-2%	6%			
0%	0%					
法系	-3%	-3%	-1%	0%	0%	

2007-2016年我国乘用车自主SUV销量增长率（单位：万辆）

三、中国乘用车出口分析

第二节 2017年中国自主品牌与合资品牌竞争态势分析

- 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 2017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 2017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态势
- 三、自主品牌乘用车提升竞争力策略分析

第二部分 中国中高级车市场分析

第三章 2017年中国自主品牌必须进入中高级市场原因分析

第一节 2017年中国自主品牌汽车面临巨大生存压力

- 一、中国汽车品牌遭遇内外双重夹击
- 二、自主品牌集体发力中高级市场
- 三、中国汽车行业自主品牌研发实力分析

第二节 2017年中国合资品牌技术资金给自主品牌带来巨大冲击

- 一、汽车合资品牌争夺中低端市场
- 二、合资品牌占据小型及中高级车市场情况
- 三、合资品牌产品线下探趋势

第三节 2017年自主品牌汽车进军中高级市场战略解析

- 一、中高级车市场格局变动分析
- 二、自主品牌进军高端市场情况
- 三、自主品牌中高级车发展现状分析

第四章 2017年中国中高级乘用车市场运行深度剖析

第一节 2017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 2017年中国中高级乘用车竞争态势分析

- 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 2017年中国中高级乘用车市场发展态势分析

- 一、中高级车市场"运动革命"分析
- 二、2017年中国高级车市场产销情况分析
- 三、中高级车市场产销分析
- 四、2013-2017年中高级乘用车产销分析
- 五、中高级车市各细分市场格局

第三部分 中国自主品牌汽车进军中高级市场分析

第五章 2017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、一汽集团自主品牌发展战略分析

第二节 上汽集团进军中高级市场状况

- 一、上汽集团整车销售情况
- 二、上汽集团荣威品牌发展分析
- 三、上汽集团进军中高级市场动向分析
- 四、未来上汽集团进军中高级市场前景分析

第三节 东风集团进军中高级市场状况

- 一、东风集团推出车型及竞争力分析
- 二、东风集团汽车销售状况
- 三、东风集团进军中高级市场策略分析
- 四、东风悦达起亚战略体系及市场分析

第四节 奇瑞汽车进军中高级市场状况

- 一、奇瑞汽车四大品牌战略规划
- 二、奇瑞汽车进军中高级市场策略分析
- 三、奇瑞汽车推出车型及竞争力分析
- 四、奇瑞汽车进军中高级市场战略分析

第五节 吉利集团进军中高级市场状况

- 一、吉利集团三大子品牌战略规划
- 二、吉利集团推出车型及竞争力分析
- 三、吉利集团战略转型分析
- 四、未来六年吉利集团发展战略分析

第六节 比亚迪股份进军中高级市场状况

- 一、比亚迪股份进军中高级核心竞争力分析
- 二、比亚迪股份进军中高级市场策略分析
- 三、比亚迪股份推出车型及竞争力分析
- 四、未来比亚迪股份进军中高级市场前景

第七节 江淮集团进军中高级市场状况

- 一、江淮集团转型原因及优势分析

二、江淮集团战略业务发展分析

三、江淮集团直接进入中高级市场战略分析

第六章 2017年中国自主品牌进军中高级市场主要障碍分析

第一节 2017年中国汽车品牌自身不利因素分析

一、自主品牌车型体系完善情况

二、自主品牌发展信心问题

三、轿车消费群体区隔问题

四、自主品牌进入中大型车市场机遇问题

五、政府政策对自主品牌支持问题

第二节 2017年中国合资品牌在中高级市场占据稳定优势

一、合资品牌销量将主导中国车企利润走向

二、合资品牌在中高级市场扩张分析

三、自主品牌与合资品牌在中高级市场竞争分析

第三节 2017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 2017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 2017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、金融危机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 2017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 2017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 2017-2022年中国自主品牌汽车进军中高级市场投资风险分析

第一节 2017-2022年中国自主品牌汽车进军中高级市场风险分析

一、市场能否容纳下更多中高级品牌轿车分析

二、未来中国汽车市场进口车库存面临的压力壁垒

三、国内自主品牌车企转型升级风险分析

第二节 2017-2022年中国自主品牌汽车进军中高级市场技术风险

一、年自主品牌和自主技术分析

二、中国汽车行业自主品牌研发实力

三、自主品牌车企建海外研发中心分析

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

一、日本汽车市场发展阶段分析

二、广汽丰田在中高级车竞争分析

三、丰田发展战略分析

四、丰田新战略对中国市场影响分析

五、丰田在中国市场发展策略分析

第二节 本田汽车进军中高级市场历程及对中国企业启发

一、第八代广汽本田雅阁称雄中高级车市场

二、广汽本田发展战略分析

三、本田发展遭遇产品策略瓶颈

四、本田正式进军电动汽车市场

五、本田在中国产销能力分析

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 2017-2022年中国企业进军中国高级市场策略建（AKLT）

第一节 2017-2022年中国自主品牌车企进军海外策略

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 2017-2022年中国自主品牌车企进军中高级市场策略

一、中高级车市场双品牌战略分析

二、年中高级车"亲民"策略分析

三、自主品牌汽车战略转型分析

四、自主品牌角力中级车市场策略分析

五、年中高级车市场营销策略分析

第三节 2017-2022年中国自主品牌车企进军高端市场战略

一、自主品牌车企进军高端市场战略分析

二、自主品牌车企进军高端市场问题分析

三、六大国有车企"自主品牌"战略分析

第四节 2017-2022年中国自主品牌新技术突围策略分析

一、自主品牌押宝新能源

二、传统动力实现突破

三、国内自主品牌汽车厂商改打技术牌

部分图表目录：

图表：2010-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2017年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2010-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2010-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015.12-2017.1年我国工业增加值增速统计

图表：2011-2017年我国全社会固定资产投资额走势图（2017年不含农户）

图表：2011-2017年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2011-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2017年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2017年主要汽车消费国汽车销量统计

图表：2017年我国乘用车分排量销量曲线

图表：2012-2017年交叉型乘用车销量月度走势

图表：2017年中高级车品牌销量走势表

图表：2013-2017年中国汽车产量变化图

图表：2014-2017年中国汽车重点省市产量对比图

图表：2017年中国汽车产量和2016年同期对比图

图表：2017年中国汽车产量前5位省市对比图

图表：2017年中国汽车前5位省市产量比例图

图表：2017年中国汽车重点省市产量及增长率统计表 单位：吨

图表：2017年中国汽车产量增长率排名前5位省市对比图 单位：吨

图表：2017年中国汽车主要省份产量比重统计表

图表：2017年中国汽车市场集中度和2016年同期对比图

图表：2017-2022年中国自主品牌乘用车产销预测分析

图表：2017-2022年中国自主品牌乘用车前景预测分析

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285426.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。