

# 2021-2027年中国合资车市 场发展趋势与未来前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国合资车市场发展趋势与未来前景预测报告》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.abaogao.com/b/qiche/55916559EW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

顾名思义就是由中方与国外投资方共同成立的项目。中方出资的方式：出让土地厂房使用权、资金；国外投资方出品牌、技术、资金、人才等合资汽车就是上述情况合作情况下的产物。国外提供技术、人才、品牌等在国内组装，但核心技术还是由国外掌握。

目前国内乘用车官方指导价多数落在5-15万区间。2019年10-15万乘用车终端销量占比最高，为31.7%，其次5-10万乘用车终端销量占比为28.7%，15-20万、20-25万、30万以上占比分别为13.5%、10.3%、9.8%。

10万及10万以下乘用车终端销量占比逐年下降，由2015年的44.2%下降至2019年的30.5%；10-15万（含15万）乘用车终端销量占比在30%上下波动；15万以上乘用车终端销量占比逐年提升，15-20万（含20万）、20-25万（含25万）、25-30万（含30万）及30万以上乘用车终端销量占比分别从2015年的10.0%、8.5%、2.3%、5.4%提升至2019年的13.5%、10.3%、4.1%、9.8%。2016-2019年乘用车各价格区间终端销量占比

1.2016年在购置税优惠政策刺激下，国内乘用车终端销量同比增长16.3%。除5万元及以下外其余价格带细分市场均有不同程度增长，其中销量权重较大的5-10万市场、10-15万市场分别同比增长21.8%、23.8%；

2.2017年购置税优惠政策退坡50%，国内乘用车终端销量同比微降0.4%，其中15万元及以下市场均有所下滑，15万元以上市场均保持同比正增长。其中5-10万市场、10-15万市场分别同比下降5.0%、4.7%，此外30万元以上市场同比劲增26.4%。

3.2018年购置税优惠政策正式退出，国内乘用车终端销量同比下降8.5%，各细分市场中仅三个市场同比增长，分别为15-20万市场同比微增0.3%、25-30万市场同比21.9%、30万以上市场同比增长15.3%。权重较大的5-10万市场、10-15万市场分别同比下降12.6%、10.6%。

4.2019年国内乘用车终端销量同比下降4.1%，但降幅较2018年已有所收窄。各细分市场中除10万元及以下、25-30万市场同比下降外，其余细分市场均同比正增长。权重较大的5-10万、10-15万市场表现出现分化，10-15万市场销量增速同比转正至3.6%，而5-10万市场销量降幅17.7%，相较前两年降幅在逐渐扩大。2016-2019年乘用车各价格区间终端销量同比增速数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国合资车市场发展趋势与未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了合资车行业市场发展环境、合资车整体运行态势等，接着分析了合资车行业市场运行的现状，然后介绍了合资车市场竞争格局。随后，报告对合资车做了重点企业经营状况分析，最后分析了合资车行业发展趋势与投资预测。您若想对合资车产业有个系统的了解或者想投资合资车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 合资车行业发展综述

### 1.1 合资车行业定义及分类

#### 1.1.1 行业定义

#### 1.1.2 行业主要产品分类

#### 1.1.3 行业主要商业模式

### 1.2 合资车行业特征分析

#### 1.2.1 产业链分析

#### 1.2.2 合资车行业在国民经济中的地位

#### 1.2.3 合资车行业生命周期分析

##### (1) 行业生命周期理论基础

##### (2) 合资车行业生命周期

### 1.3 最近3-5年中国合资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 合资车行业运行环境分析

### 2.1 合资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 合资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 合资车行业社会环境分析
  - 2.3.1 合资车产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 合资车产业发展对社会发展的影响
- 2.4 合资车行业技术环境分析
  - 2.4.1 合资车技术分析
  - 2.4.2 合资车技术发展水平
  - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

### 第三章 我国合资车行业运行分析

- 3.1 我国合资车行业发展状况分析
  - 3.1.1 我国合资车行业发展阶段
  - 3.1.2 我国合资车行业发展总体概况
  - 3.1.3 我国合资车行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年合资车行业发展现状

合资品牌车企产品价格分布相比自主品牌更为分散，中高端车型占比相对更高。上汽大众、上汽通用、广汽本田、广汽丰田主销车型多集中在10-15万，长安福特多集中在5-10万元，广汽菲克则集中在15-20万元。2019年主流合资品牌车企终端销量分价格带占比数据来源：公开资料整理

- 3.2.1 2015-2019年我国合资车行业市场规模
- 3.2.2 2015-2019年我国合资车行业发展分析
- 3.2.3 2015-2019年中国合资车企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
  - 3.3.1 区域市场分布总体情况
  - 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
- 3.4 合资车细分产品/服务市场分析
  - 3.4.1 细分产品/服务特色
  - 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

### 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

## 3.5 合资车产品/服务价格分析

### 3.5.1 2015-2019年合资车价格走势

### 3.5.2 影响合资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

### 3.5.3 2021-2027年合资车产品/服务价格变化趋势

### 3.5.4 主要合资车企业价位及价格策略

## 第四章 我国合资车所属行业整体运行指标分析

### 4.1 2015-2019年中国合资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 2015-2019年中国合资车所属行业产销情况分析

#### 4.2.1 我国合资车所属行业工业总产值

#### 4.2.2 我国合资车所属行业工业销售产值

#### 4.2.3 我国合资车所属行业产销率

### 4.3 2015-2019年中国合资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 我国合资车行业供需形势分析

### 5.1 合资车行业供给分析

#### 5.1.1 2015-2019年合资车行业供给分析

#### 5.1.2 2021-2027年合资车行业供给变化趋势

#### 5.1.3 合资车行业区域供给分析

## 5.2 2015-2019年我国合资车行业需求情况

### 5.2.1 合资车行业需求市场

### 5.2.2 合资车行业客户结构

### 5.2.3 合资车行业需求的地区差异

## 5.3 合资车市场应用及需求预测

### 5.3.1 合资车应用市场总体需求分析

#### (1) 合资车应用市场需求特征

#### (2) 合资车应用市场需求总规模

### 5.3.2 2021-2027年合资车行业领域需求量预测

#### (1) 2021-2027年合资车行业领域需求产品/服务功能预测

#### (2) 2021-2027年合资车行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点行业合资车产品/服务需求分析预测

## 第六章 合资车行业产业结构分析

### 6.1 合资车产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 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 中国合资车行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国合资车行业产业链分析

### 7.1 合资车行业产业链分析

#### 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 合资车上游行业分析
  - 7.2.1 合资车产品成本构成
  - 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状
  - 7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势
  - 7.2.4 上游供给对合资车行业的影响
- 7.3 合资车下游行业分析
  - 7.3.1 合资车下游行业分布
  - 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
  - 7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势
  - 7.3.4 下游需求对合资车行业的影响

## 第八章 我国合资车行业渠道分析及策略

- 8.1 合资车行业渠道分析
  - 8.1.1 渠道形式及对比
  - 8.1.2 各类渠道对合资车行业的影响
  - 8.1.3 主要合资车企业渠道策略研究
  - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 合资车行业用户分析
  - 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 合资车行业营销策略分析
  - 8.3.1 中国合资车营销概况
  - 8.3.2 合资车营销策略探讨
  - 8.3.3 合资车营销发展趋势

## 第九章 我国合资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 合资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 合资车行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 合资车行业集中度分析
- 9.1.4 合资车行业SWOT分析
- 9.2 中国合资车行业竞争格局综述
- 9.2.1 合资车行业竞争概况
  - (1) 中国合资车行业竞争格局
  - (2) 合资车行业未来竞争格局和特点
  - (3) 合资车市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国合资车行业竞争力分析
  - (1) 我国合资车行业竞争力剖析
  - (2) 我国合资车企业市场竞争的优势
  - (3) 国内合资车企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 合资车市场竞争策略分析

## 第十章 合资车行业领先企业经营形势分析

- 10.1 上汽大众
  - 10.1.1 企业概况
  - 10.1.2 企业优势分析
  - 10.1.3 产品/服务特色
  - 10.1.4 公司经营状况
  - 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 上汽通用
  - 10.2.1 企业概况
  - 10.2.2 企业优势分析
  - 10.2.3 产品/服务特色
  - 10.2.4 公司经营状况
  - 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 广汽本田

- 10.3.1 企业概况
- 10.3.2 企业优势分析
- 10.3.3 产品/服务特色
- 10.3.4 公司经营状况
- 10.3.5 公司发展规划
- 10.4 广汽丰田
- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 产品/服务特色
- 10.4.4 公司经营状况
- 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 长安福特
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 产品/服务特色
- 10.5.4 公司经营状况
- 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 一汽大众
- 10.6.1 企业概况
- 10.6.2 企业优势分析
- 10.6.3 产品/服务特色
- 10.6.4 公司经营状况
- 10.6.5 公司发展规划

## 第十一章 2021-2027年合资车行业投资前景

- 11.1 2021-2027年合资车市场发展前景
  - 11.1.1 2021-2027年合资车市场发展潜力
  - 11.1.2 2021-2027年合资车市场前景展望
  - 11.1.3 2021-2027年合资车细分行业发展前景分析
- 11.2 2021-2027年合资车市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2021-2027年合资车行业发展趋势
  - 11.2.2 2021-2027年合资车市场规模预测

- 11.2.3 2021-2027年合资车行业应用趋势预测
- 11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2021-2027年中国合资车行业供需预测
  - 11.3.1 2021-2027年中国合资车行业供给预测
  - 11.3.2 2021-2027年中国合资车行业需求预测
  - 11.3.3 2021-2027年中国合资车供需平衡预测
- 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 2021-2027年合资车行业投资机会与风险

- 12.1 合资车行业投融资情况
  - 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 2021-2027年合资车行业投资机会
  - 12.2.1 产业链投资机会
  - 12.2.2 细分市场投资机会
  - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2021-2027年合资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 合资车行业投资战略研究

- 13.1 合资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 对我国合资车品牌的战略思考
  - 13.2.1 合资车品牌的重要性
  - 13.2.2 合资车实施品牌战略的意义
  - 13.2.3 合资车企业品牌的现状分析
  - 13.2.4 我国合资车企业的品牌战略
  - 13.2.5 合资车品牌战略管理的策略
- 13.3 合资车经营策略分析
  - 13.3.1 合资车市场细分策略
  - 13.3.2 合资车市场创新策略
  - 13.3.3 品牌定位与品类规划
  - 13.3.4 合资车新产品差异化战略
- 13.4 合资车行业投资战略研究
  - 13.4.1 2019年合资车行业投资战略
  - 13.4.2 2021-2027年合资车行业投资战略
  - 13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议 ( )

- 14.1 合资车行业研究结论
- 14.2 合资车行业投资价值评估
- 14.3 合资车行业投资建议
  - 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 ( )

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/55916559EW.html>