

中国乘用车行业发展现状分析与投资前景预测报告（2025-2032）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国乘用车行业发展现状分析与投资前景预测报告（2025-2032）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751635.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、政策的推动下产销发力回升，有效拉动汽车行业整体增长

乘用车主要是指用于载运乘客及随身行李或临时物品的汽车。2018-2020年，受国内外贸易形势和车辆购置税优惠政策退坡，叠加经济下行影响，我国乘用车产销量短期内出现下滑，但产销量仍保持在2,000万辆以上。随后随着经济增长逐步恢复，我国乘用车产销量恢复增长。2024年，在政策的推动以及市场需求回暖下，产销发力回升。其中终端市场表现更为突出，有效拉动了汽车行业整体增长。

数据显示，2024年我国乘用车产销分别完成2747.7万辆和2755.3万辆，同比分别增长5.2%和5.8%。2025年1-3月，我国乘用车产销分别完成651.3万辆和641.9万辆，同比分别增长16.1%和12.9%。

数据来源：中汽协，观研天下整理

数据来源：中汽协，观研天下整理

乘用车用户主要为家庭居民，其需求与国家经济发展阶段、人均收入水平密切相关。参照日韩等发达国家汽车工业的发展历程，未来随着居民收入水平和购买力提高、消费需求升级，我国汽车保有量将逐年增加。我国人口基数大，汽车消费需求大，乘用车汽车零部件行业未来仍存在广阔的市场空间。

二、传统燃料乘用车仍占主导地位，但市场份额呈现下降态势

从燃料类型来看，2024年在乘用车市场上，传统燃料乘用车仍占主导地位，占比达到50.01%。不过与2023年相比，其市场份额已下降超过12个百分点。

数据来源：中汽协，观研天下整理

三、电力十足，新能源乘用车渗透率直逼五成，其中B级电动化趋势明显

与此同时，随着消费者对新能源汽车的日益认可及市场需求的持续旺盛，新能源在整体乘用车市场中的渗透率逐渐走高。数据显示，2024年我国新能源乘用车国内销量1105万辆，同比增长40.2%，占乘用车国内销量比例为48.9%。其中纯电动乘用车在市场中的占比达到了26.74%，相比上年提升了4.09个百分点。同时，插电式混合动力乘用车也取得了显著进展，其市场份额从2023年的7.96%攀升至13.97%。此外，增程型动力乘用车也实现了大幅度的增长，其市场份额从2.87%提升至5%。这些数据共同反映出新能源乘用车市场的蓬勃发展势头。

数据来源：中汽协，公开数据，观研天下整理

目前在新能源乘用车销量中，B级电动化趋势明显，C级和D级电动化引领消费升级。有数据显示，2024年我国B级新能源乘用车全年累计销量达到411.4万辆，同比增长76%，是新能源乘用车中最大的细分市场。从价格看，15万-20万价格区间的新能源乘用车累计销量337.5万辆，同比增长19.2%，20万-25万、25万-30万、30万-35万以及35万-40万价格区间的新能源乘用车，市场体量均超过100万辆。

四、国产品牌集体爆发，销量占比攀升至65.5%

当前新能源浪潮正以前所未有的力度重塑全球汽车产业的宏伟蓝图。在此背景下，中国品牌乘用车也在加速提档。根据数据显示，2024年中国品牌乘用车共销售1797万辆，同比增长23.1%，占乘用车销售总量的65.2%，较上年上升9.2个百分点。2025年1-5月，中国品牌乘用车累计销售115万辆，同比增长31%，市场份额高达65.5%。

数据来源：中汽协，观研天下整理

从具体企业来看，2025年1-4月，比亚迪以26.9万辆的销量稳坐冠军宝座，市场份额达15.3%。紧随其后的是吉利，销量21万辆，同比增长高达81.4%，显示出强劲的增长势头。长安、奇瑞、长城汽车也跻身前十，分别以10.5万、9.5万和5.5万辆的销量，展现了国产品牌的集体爆发。

中国品牌乘用车2024年全年销量占比高涨，进一步压缩德、美、日、韩等品牌份额。其中，德系品牌销量占比仅次于中国品牌，达到14.6%，较去年同期下滑3.2个百分点，日系品牌销量占比为11.2%，同比下滑3.2个百分点，美系品牌销量占比为6.4%，同比下滑2.4个百分点，韩系品牌则保持1.6%的市场份额。

数据来源：公开数据，观研天下整理

与此同时，中国品牌乘用车加速向高端市场迈进。数据显示，2024年国内生产的高端乘用车销量473.8万辆，同比增长2.3%。

五、出口增长强劲，成为拉动中国汽车产销总量增长重要力量

2024年尽管欧美国家对中国电动汽车加征关税、外部压力加大，但我国乘用车出口仍实现了较快增长，成为拉动中国汽车产销总量增长的重要力量。数据显示，2024年我国乘用车出口495.5万辆，同比增长19.7%。从主要企业财报数据来看，2024年，长城汽车海外销量达到45.1万辆，同比增长44.6%，海外营收达到802.5亿元，同比增长51.5%。长安汽车海外销量为53.6万辆，同比增长49.6%。海外营收达到324.3亿元，同比增长57.9%。广汽海外营收达到117.4亿元，同比增幅高达112.6%。与此同时，长安、广汽等海外毛利率均表现良好，较境内毛利率高出10%以上。

数据来源：中汽协，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国乘用车行业发展现状分析与投资前景预测报告（2025-2032）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 乘用车 行业发展概述

第一节 乘用车 行业发展情况概述

一、 乘用车 行业相关定义

二、 乘用车 特点分析

三、 乘用车 行业基本情况介绍

四、 乘用车 行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、 乘用车 行业需求主体分析

第二节 中国 乘用车 行业生命周期分析

一、 乘用车 行业生命周期理论概述

二、 乘用车 行业所属的生命周期分析

第三节 乘用车 行业经济指标分析

一、 乘用车 行业的赢利性分析

二、 乘用车 行业的经济周期分析

三、 乘用车 行业附加值的提升空间分析

第二章 中国 乘用车 行业监管分析

第一节 中国 乘用车 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制		
二、行业准入制度		
第二节 中国 乘用车	行业政策法规	
一、行业主要政策法规		
二、主要行业标准分析		
第三节 国内监管与政策对 乘用车	行业的影响分析	
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国 乘用车	行业发展环境分析	
第一节 中国宏观环境与对 乘用车	行业的影响分析	
一、中国宏观经济环境		
二、中国宏观经济环境对 乘用车	行业的影响分析	
第二节 中国社会环境与对 乘用车	行业的影响分析	
第三节 中国对磷矿石易环境与对 乘用车	行业的影响分析	
第四节 中国 乘用车	行业投资环境分析	
第五节 中国 乘用车	行业技术环境分析	
第六节 中国 乘用车	行业进入壁垒分析	
一、 乘用车	行业资金壁垒分析	
二、 乘用车	行业技术壁垒分析	
三、 乘用车	行业人才壁垒分析	
四、 乘用车	行业品牌壁垒分析	
五、 乘用车	行业其他壁垒分析	
第七节 中国 乘用车	行业风险分析	
一、 乘用车	行业宏观环境风险	
二、 乘用车	行业技术风险	
三、 乘用车	行业竞争风险	
四、 乘用车	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球 乘用车	行业发展现状分析	
第一节 全球 乘用车	行业发展历程回顾	
第二节 全球 乘用车	行业市场规模与区域分 乘用车	情况
第三节 亚洲 乘用车	行业地区市场分析	
一、亚洲 乘用车	行业市场现状分析	
二、亚洲 乘用车	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲 乘用车	行业市场前景分析	
第四节 北美 乘用车	行业地区市场分析	
一、北美 乘用车	行业市场现状分析	

二、北美	乘用车	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	乘用车	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	乘用车	行业地区市场分析	
一、欧洲	乘用车	行业市场现状分析	
二、欧洲	乘用车	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	乘用车	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	乘用车	行业分 乘用车	走势预测
第七节 2025-2032年全球	乘用车	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 中国	乘用车	行业运行情况	
第一节 中国	乘用车	行业发展状况情况介绍	
一、行业发展历程回顾			
二、行业创新情况分析			
三、行业发展特点分析			
第二节 中国	乘用车	行业市场规模分析	
一、影响中国	乘用车	行业市场规模的因素	
二、中国	乘用车	行业市场规模	
三、中国	乘用车	行业市场规模解析	
第三节 中国	乘用车	行业供应情况分析	
一、中国	乘用车	行业供应规模	
二、中国	乘用车	行业供应特点	
第四节 中国	乘用车	行业需求情况分析	
一、中国	乘用车	行业需求规模	
二、中国	乘用车	行业需求特点	
第五节 中国	乘用车	行业供需平衡分析	
第六节 中国	乘用车	行业存在的问题与解决策略分析	
第六章 中国	乘用车	行业产业链及细分市场分析	
第一节 中国	乘用车	行业产业链综述	
一、产业链模型原理介绍			
二、产业链运行机制			
三、	乘用车	行业产业链图解	
第二节 中国	乘用车	行业产业链环节分析	
一、上游产业发展现状			
二、上游产业对	乘用车	行业的影响分析	
三、下游产业发展现状			

四、下游产业对	乘用车	行业的影响分析
第三节 中国	乘用车	行业细分市场分析
一、细分市场一		
二、细分市场二		
第七章 2020-2024年中国	乘用车	行业市场竞争分析
第一节 中国	乘用车	行业竞争现状分析
一、中国	乘用车	行业竞争格局分析
二、中国	乘用车	行业主要品牌分析
第二节 中国	乘用车	行业集中度分析
一、中国	乘用车	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	乘用车	行业市场集中度分析
第三节 中国	乘用车	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分	布	特征
三、企业所有制分布特征		
第八章 2020-2024年中国	乘用车	行业模型分析
第一节 中国	乘用车	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国	乘用车	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国	乘用车	行业SWOT分析结论
第三节 中国	乘用车	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国 乘用车 行业需求特点与动态分析

第一节 中国 乘用车 行业市场动态情况

第二节 中国 乘用车 行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 乘用车 行业成本结构分析

第四节 乘用车 行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 乘用车 行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 乘用车 行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 乘用车 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 乘用车 行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 乘用车 行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 乘用车 行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国 乘用车 行业区域市场现状分析

第一节 中国 乘用车 行业区域市场规模分析

一、影响 乘用车 行业区域市场分布 的因素

二、中国	乘用车	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	乘用车	行业市场分析
一、华东地区概述		
二、华东地区经济环境分析		
三、华东地区	乘用车	行业市场分析
(1) 华东地区	乘用车	行业市场规模
(2) 华东地区	乘用车	行业市场现状
(3) 华东地区	乘用车	行业市场规模预测
第三节 华中地区		市场分析
一、华中地区概述		
二、华中地区经济环境分析		
三、华中地区	乘用车	行业市场分析
(1) 华中地区	乘用车	行业市场规模
(2) 华中地区	乘用车	行业市场现状
(3) 华中地区	乘用车	行业市场规模预测
第四节 华南地区		市场分析
一、华南地区概述		
二、华南地区经济环境分析		
三、华南地区	乘用车	行业市场分析
(1) 华南地区	乘用车	行业市场规模
(2) 华南地区	乘用车	行业市场现状
(3) 华南地区	乘用车	行业市场规模预测
第五节 华北地区	乘用车	行业市场分析
一、华北地区概述		
二、华北地区经济环境分析		
三、华北地区	乘用车	行业市场分析
(1) 华北地区	乘用车	行业市场规模
(2) 华北地区	乘用车	行业市场现状
(3) 华北地区	乘用车	行业市场规模预测
第六节 东北地区		市场分析
一、东北地区概述		
二、东北地区经济环境分析		
三、东北地区	乘用车	行业市场分析
(1) 东北地区	乘用车	行业市场规模
(2) 东北地区	乘用车	行业市场现状

(3) 东北地区	乘用车	行业市场规模预测	
第七节 西南地区市场分析			
一、西南地区概述			
二、西南地区经济环境分析			
三、西南地区	乘用车	行业市场分析	
(1) 西南地区	乘用车	行业市场规模	
(2) 西南地区	乘用车	行业市场现状	
(3) 西南地区	乘用车	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	乘用车	行业市场分析	
(1) 西北地区	乘用车	行业市场规模	
(2) 西北地区	乘用车	行业市场现状	
(3) 西北地区	乘用车	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	乘用车	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	乘用车	行业企业分析 (随数据更新可能有调整)	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
(1) 主要经济指标情况			
(2) 企业盈利能力分析			
(3) 企业偿债能力分析			
(4) 企业运营能力分析			
(5) 企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
(1) 主要经济指标情况			
(2) 企业盈利能力分析			
(3) 企业偿债能力分析			
(4) 企业运营能力分析			

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 乘用车 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 乘用车 行业未来发展前景分析

一、中国 乘用车 行业市场机会分析

二、中国 乘用车 行业投资增速预测

第二节 中国 乘用车 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 乘用车 行业规模发展预测

一、中国 乘用车 行业市场规模预测

二、中国 乘用车 行业市场规模增速预测

三、中国 乘用车 行业产值规模预测

四、中国 乘用车 行业产值增速预测

五、中国 乘用车 行业供需情况预测

第四节 中国 乘用车 行业盈利走势预测

第十四章 中国 乘用车 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 乘用车 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 乘用车 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 乘用车 行业品牌营销策略分析

一、 乘用车 行业产品策略

- 二、 乘用车 行业定价策略
- 三、 乘用车 行业渠道策略
- 四、 乘用车 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751635.html>