

2023年十堰汽车用品市场 汽车行业消费市场调查报告(精选5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

十堰汽车用品市场篇一

据有关统计，20**年1-3月份，全国轿车生产量为531779辆，比20**年同产量567119辆下降6.23%，全国轿车销售量为560016辆，比20**年同期销564114辆下降0.72%。与此形成鲜明对照的是，20**年1-3月份，全国微型轿车生产量为121976辆，比20**年同期产量87399辆增长39.56%，全国微型轿车销售量为121842辆，比20**年同期销量87528辆增长39.56%。20**年1-3月份，国内微型轿车在国内轿车的市场份额达到21.767%，比20**年同期的市场份额15.52%提高了6.24个百分点。

国内微型轿车市场的走强，首先得益于政策环境面的根本改善，继去年下半年国家出台了一系列旨在扶植和鼓励节能经济型轿车发展的法律法规后，今年以来，国家有关部门再施重拳：今年两会期间，节约能源促进国民经济健康、协调、可持续发展，成为社会各界形成的共识，4月初，北京市环保局高管在谈到今后北京私人汽车发展方向和规划时，首次明确支持首都小排量微型轿车的发展；其次，3月份国内汽油价格再次上调、4月份中石化汽油批发价格每吨上涨150元、国际原油价格不断上涨，期货原油价格达到创纪录的每桶60美元，汽油费用支出的不断增加，促使人们在购车时对汽车的使用成本——油耗指标的关心大大提高，节能省油的微型轿车无疑成为首选；另悉，近日财政部发出了《新的汽车消费税征税办法和税率》的征求意见稿，新办法可能把排量在1.0升

及以下汽车的消费税税率降至1%或取消，具体调整有望在今年年内完成。制定新的消费税征收办法是为了配合国家“对小排量汽车鼓励消费和对豪华车一类奢侈消费品加收消费税”的产业政策，以达到鼓励购买小排量车，改善车市消费结构的目的。

20**年是我国汽车业变革的一年、成长的一年。奇瑞出口美国、陆风出口欧洲……多家本土汽车制造商不断攻克着国际市场。20**年我国全年汽车产销累计570.77万辆和575.82万辆，同比分别增长12.56%和13.54%。其中，乘用车产销393.07万辆和397.11万辆，同比分别增长19.73%和21.4%；商用车产177.7万辆和178.71万辆，同比分别下降0.6%和0.75%。20**年12月，我国汽车产销分别达到56.2万辆和62.09万辆，比11月增长6.82%和12.91%，同比分别增长39.20%和27.44%。其中，我国乘用车在20**年12月产销分别达到40.79万辆和45.58万辆，比11月增长9.94%和15.79%，同比增长58.66%和38.33%；商用车产销15.42万辆和16.51万辆，产量比11月下降0.62%，销量比11月增长5.65%，同比分别增长5.09%和4.68%。

由于受宏观经济形势的影响，影响汽车工业发展的多种矛盾没有得到根本缓解，汽车行业经济运行速度继续趋缓。由于汽车行业与整个和国民经济的走势密切相关，同时受产业政策的影响较大；从长期看，在我国国民经济持续增长的带动下，在资本市场发展日益规范发展的情况下，我国汽车行业的长期发展增长是值得期待的。

20**年中国汽车需求将增长15%-20%，产能将增长20%，预计汽车业产能过剩状况有可能进一步加剧。并预计20**年中国汽车业设备利用率将由20**年的76%降至73%，汽车售价会下跌6%，产品利润率下降4%，20**年仍将属于买方市场。这一切的预测数据也意味着今年汽车价格战将不可避免，竞争势必更加激烈。

本报告共分十六章，首先介绍了汽车行业的相关概念，接着对国际汽车市场、我国汽车行业和我国汽车市场进行了详细的分析，然后介绍了客车市场、轿车市场、重型车市场的概况。随后，报告对我国汽车行业产销和汽车进出口状况做了分析，并对汽车行业的重要企业、汽车零部件以及汽车行业的相关行业做了重点介绍，最后对汽车市场的竞争格局和汽车行业的投资进行了分析，还对汽车行业的发展前景做出了科学的预测。您若想对汽车行业有个系统的了解或者想投资汽车行业本报告是您不可或缺的重要工具。

十堰汽车用品市场篇二

在计划经济时代，产业政策是领导机关意志的体现。如今已进入市场经济，产业政策仍是上级机关制定的，但必须以市场调查为基础了。

1当前中国家用汽车市场有多大？

当前中国年销摩托车1000多万辆，三轮农用汽车300万辆，拖拉机200万辆（加上拖斗就可乘人载货），轿车、微型汽车400万辆。

为什么将二轮车、三轮车、拖拉机都算作家用汽车呢？

按照国际惯例，这些安全性差的二轮车、三轮车、拖拉机承载任务迟早都要被安全性高而售价低的四轮汽车所取代，这就是家用四轮车的市场。就像美国当年福特t型车打下了农村市场以后就用新型福特车来接管原是t型车的市场一样。

2 中国近2000万辆家用汽车的市场是如何分布的？

在6亿人口的农村和4亿人中的中小城镇是1500万辆农用车、摩托车、拖拉机的天下。3亿人口的大中城市是轿车、微型汽车的天下。

城市家用汽车有三大功能：消费功能；生产功能；服务功能。轿车是少数先富起来的人群的消费工具。我们将微型车称作城市小康车，其排放要达到城市排放标准。它的售价低，可作为城市人口用来赚钱奔小康用。

3这个年销2000万辆家用汽车意味着什么？

(1) 尽管按13亿人口摊派，万人拥有家用汽车数很低，比多数国家都少。但这个数字意味着中国拥有比美国还大的国内家用汽车市场。

(2) 随着小康经济发展，家用汽车总量还要加大，按人口摊还是少的，但总量就不得了，我们从现在起就应该对这有所准备。

(3) 中国是贫油国，汽车用油主要靠进口，现在已是世界第二大石油进口国，美国是世界第一大石油进口国，但美国石油矿藏丰富，石油工业也发达，现在还在钻探石油矿，打出石油摸清储量就封井，藏油于地下。继续进口石油，这叫战略储备。我国油源就少，无法和美国比，但美国除了制定平均油耗法，迫使汽车公司生产节油车，还制定油老虎车税法，专门打击进口耗油车，我们至今没有汽车节油法规，这哪里像要发展汽车工业的样子？从现在起，中国汽车税制的主要特点应是重奖节油车，重罚油老虎车，不让外国油老虎车在中国浪费中国石油、败坏中国人用车风气。

4 中国汽车工业应如何实现技术创新？

1993年9月29日由美国总统、副总统和美国三大公司，在白宫南草坪联合宣布成立“新一代汽车合伙契约”，简称pngv□其目标就是用新技术来实现汽车的安全、节能、环保，以加强美国汽车的市场竞争能力。

我国汽车市场的竞争条件不同于美国汽车市场的竞争条件，

但仍然是安全、节能、环保。

我们的汽车安全性是将全部三轮车、全部拖拉机的拖斗和绝大部分的二轮车都用四轮小康车来替换，为几千万驾驶员和乘员提供安全保障。

节能是下大力量改进小排量发动机燃油经济性。由于我们在能量转换、能量储存装置、高效电器系统、废热回换等环节上起步晚了争取时间，使中国的内燃机成为世界最后一批内燃机。与此同时还要开发多种石油代用燃料，以补助我们石油资源短缺的缺点。我在美国时，美国联邦政府已规定纽约市市政用车一律不准用石油产品作燃料。

美国的pngv关注点和中国不同，但pngv这种组织形式对中国很有参考价值。pngv由联邦政府和美国汽车研究委员会组成，有商务部、能源部、运输部、国防部、内政部、国家宇航局、环保署、国家科学基金会等8个部门组成。我国可以由国家科技部组织国家有关部门组成汽车技术发展委员会。

5外国政府根据市场调查制定相应汽车政策的例子

(1) 美国政府能源部根据市场调查制定“平均油耗法”，促使美国家用汽车全面降低油耗，以恢复被外国节油车占领的国内家用汽车市场。

(2) 美国议会以外国豪华轿车在城市车速下污染城市空气为名，制定“油老虎车税法”以限制外国豪华轿车的市场。

(3) 日本汽车工业起步时，人民买不起轿车，于是摩托车、三轮车盛行，但二轮车、三轮车安全性不足。日本政府制定“轻四轮车法”，鼓励生产轻四轮车。轻四轮车法实施10年，三轮车完全退出日本市场，摩托车在国内市场也从赚钱工具变成青少年的文体娱乐工具，大大缩小了国内市场，只是个出口项目。许多工厂移到海外去生产了。

十堰汽车用品市场篇三

随着经济的发展，汽车逐步进入了百姓家庭，汽车已成为了一种代步工具，无论是大街还是小巷都可以看见它的身影。四通八达的道路交通系统，节省了往返时间，方便了人们的联系，增加了企业效率，带来人类历史性的变革。因此汽车亦成为很多普通人打拼的梦想，而对于那些款式、颜色、价位等形式不断变化的汽车，必定使消费者产生不予相同的心理变化。用户是一切市场营销活动的基础，所以，了解用户行为，能够获得制定营销策略的依据。对于汽车的使用者，他们的想法是我们最需要的，我们要听听他们的想法，所以，本次调查主要是为了能够更清晰地了解汽车使用者的心理，即日起，我们开始进行了关于汽车消费者使用者的调查。

通过问卷调查表明：不同的年龄、不同的。性别等对汽车的车型、变速箱、性能等有不同的要求。

1调查概况

本次问卷调查选择在宁波进行，基本上保证了样本对调查对象的认知程度和感兴趣程度。其中有效样本达到100%，本次调查活动正常，未出现突发状况。

1.1研究背景及目的

的心理并听取其直接的想法，我们进行了关于汽车消费者购买心理的调查。

1.2研究内容

此处，可先对调查方法的种类进行介绍。本次有关于汽车消费者购买心理的调查主要以实地问卷调查为主，获得真实、可靠、有效地数据资料并结合小组搜集到的二手资料进行分析。在数据统计与分析的方面，我们采用了数据表格的数

据筛选功能，得到有用的资料，辅以图表作出报告。

主要采用的是文案调查法和问卷调查法。

十堰汽车用品市场篇四

中国市场20xx~20xx年各类车型及主要生产厂家汽车产销量如下：

1、轿车单位：万台

全国轿车00~03年产销量

轿车主要生产厂家xx年产销量

2、微型客车单位：万台

3、轻型客车单位：万台

4、中型客车单位：万台

5、大型客车单位：万台

主要生产家有xxxx□xxxx□xxxx等，xx年具体生产数量不详。

6、微型货车单位：万台

7、轻型货车单位：万台

全国轻型货车xx~xx年产销量

8、中型货车单位：万台

全国中型货车xx~xx年产销量

主要生产厂家xx年产销量

9、重型货车单位：万台

总体来说，中国汽车市场呈现出逐年快速增长态势，其中轿车增长速度最快，其次是轻型客、货车。据中国汽车工业协会统计数据和预计，今年全国各种汽车生产将达到300万辆以上，比去年增长约35%。就市场规模而言，轿车产量最大，今年生产将达到120万辆以上，而且今后几年仍将保持快速增长的趋势。

1. 1市场规模：描述国内轿车市场的规模

1. 2产销特征：国内轿车主要生产企业99—xx年产销情况

1. 3竞争格局：国内高级、中级、普及型轿车和微型轿车生产企业

主导车型及市场份额分析

1. 4细分市场：按轿车成型分析未来轿车市场主导产品

1. 5配套情况：国内高级、中级、普及型轿车和微型轿车生产企业

主导车型轿车配套用空调情况

1. 6市场预测：未来轿车市场的占有率和车型结构比率

1. 7企业分述：国内主要轿车生产企业企业概况、运营情况分析。

2. 1市场规模：目前国内轿车用空调规模

2. 2影响因素：产业政策、市场需求、上游资源等客观因素对空调

市场的影响分析

2. 3产销特征：国内主要生产企业的产销数据

2. 4市场份额：国内主要空调生产企业所占市场份额

2. 5市场预测：未来轿车空调的市场规模

2. 6企业分述：国内主要轿车空调生产企业概况和运营情况

根据上述论述，有针对性分析企业投资生产轿车用空调的可行性。

十堰汽车用品市场篇五

近年来，随着经济的快速增长，汽车消费群体也在日益增加，汽车质量已经成为顾客选择品牌的最重要因素。汽车质量是所有消费者都关心的，那么我们来看看2013年中国汽车市场质量状况调查报告。

（一）汽车价位

8-12万元占比最高

在参与本次调查的汽车用户中，拥有8-12万元汽车的用户数量较多，占全部被调查用户的34.7%。拥有12-20万元价格段汽车的用户占比将近三成，为29.9%。拥有5-8万元价格段汽车的用户也不少，占比为16.0%。

（二）汽车级别

紧凑型车最为常见

级别方面，作为家用汽车最常见的紧凑型车位居榜首，其占据了近五成的用户比例，占比高达45.7%。中型车和小型车分列其后，占比分别为17.0%和16.8%。suv虽然近期较受关注，但市场占有率还并不高，仅有8.5%。微型车、中大型车和mpv的占比均不超过5%，分别为4.8%、3.3%和3.1%。

（三）汽车类型

合资汽车占七成

在参与本次调查的汽车用户中，拥有合资汽车的用户最多，占总调查用户数量的69.0%。自主汽车用户数量占比为28.3%。进口汽车用户占比较少，仅有2.7%。

德系车占比最高

不同国别的合资汽车中，以大众、奥迪、宝马和奔驰为代表的德系车占比最高，达30.3%。其次是以丰田、本田和日产等品牌为代表的日系车，占比为26.1%。以别克、雪佛兰和福特为代表的美系车占比也超过两成，为23.7%。韩系车和法系车的占比均不超过一成，分别为9.0%和8.4%。

（一）故障概率

近五成自主汽车曾发生故障

本次调查数据显示，39.5%的汽车用户的爱车曾发生过故障。其中，汽车类别为自主类型的产品发生故障的概率最高，达48.5%，也就是说，近一半的自主厂商汽车曾发生过故障。合资和进口汽车发生故障的概率均不超过四成，分别为35.8%和38.5%。

低价产品容易发生故障

在不同价位的汽车方面，汽车的购买价格越低，发生故障的概率相应越高。其中，在5万元以下的产品方面，曾发生故障的概率高达58.6%，将近六成。而在购买价位在30万元以上的汽车中，发生过故障的概率仅有31.2%，比5万元以下产品低了27.4个百分点。

日系汽车故障率最低

合资汽车中，不同国别车系发生故障的概率也不一样。本次调查显示，日系汽车的产品质量最佳，有近八成的日系车主的汽车从未发生任何故障，占比达78.2%。令人惊讶的是，以质量著称的德系车本次调查结果不佳，未发生过质量问题的车主占比仅有53.5%，是五大合资车系中最低的，比日系低了24.7个百分点。

（二）每万公里故障次数

进口汽车故障次数最少

对于一款汽车的质量表现如何，本次调查采用了“每万公里故障次数”的标准做衡量。调查结果显示，在不同类别的汽车产品中，进口汽车的产品表现最好，每万公里故障次数仅有0.15次，虽然进口汽车产品价格较高，但其产品质量的确值得称道。其次是合资厂商的产品，每万公里故障次数为0.27次。自主厂商汽车则表现不佳，平均每万公里故障次数达到了0.43次。

2013年中国汽车市场质量状况调查报告

5万元以下产品故障次数最多

在价格和质量的对应关系方面，通常人们都会说“一分钱一分货”，那么，汽车价格越高，其产品质量是不是就越好呢？本次调查结果显示，高价位产品的平均每万公里故障次数明

显低于低价位产品。其中，5万元以下产品的每万公里故障次数最高，为0.52次；5-8万元和8-12万元均超过了0.3次。而在12万元以上价格段中，每万公里故障次数均低于0.3次，其中30万元以上产品表现优异，仅有0.19次。

德系汽车每万公里故障次数达0.36次

不同国别的合资汽车中，德系汽车的每万公里故障次数最高，达0.36次；法系、美系和韩系的数据分别为0.34次、0.28次和0.21次；日系汽车表现最佳，每万公里故障次数仅有0.11次。

（三）故障发生时间

近半自主汽车故障发生在半年内

在故障发生时间上，近半自主汽车故障发生在购买后半年内，占比为43.3%，也就是说，不少车主刚买没多长时间自己的爱车即发生故障，这个数据不容自主厂商乐观；27.9%合资汽车的故障发生时间是在半年内；进口汽车的表现最好，半年内即发生故障的产品仅有2.4%。

从另一方面来看，有19.6%进口汽车的故障发生时间是在三年之后，由于其首次故障发生时间较长，其产品质量虽不如从未发生故障的产品，但仍可被接受。而在曾发生过故障的自主汽车中，能撑至三年之后的产品占比仅有3.0%。

（四）故障原因

多数故障是由于质量原因

在故障引发原因方面，多数车主认为引起故障的根本原因就是汽车自身的质量问题。其中，在自主汽车的车主方面，85.1%的车主认为引起故障的原因在于产品自身质量不佳；

由于自己操作不当而导致的故障占7.4%。在合资车主方面，认为是产品本身质量问题引起故障的占比为69.7%。

（五）故障类型

中控及电子成故障常发处

在故障发生处方面，中控及电子成为自主汽车和合资汽车共同的弱项，其在这两个类别汽车的发生概率分别为34.8%和25.2%。另外，传动系统和发动机均是汽车故障的高发部位。

（六）产品满意度

八成以上用户对所购汽车质量表示满意

本次调查数据中显示，大多数用户对所购汽车的产品质量表示“十分满意”或“比较满意”，整体满意度高达86.0%。表示“不太满意”的用户占比为12.7%。另外，还有1.3%的车主对所购汽车的质量表示“十分不满”。

进口汽车口碑最佳

在不同类别汽车的用户中，仅有12.5%的自主汽车车主对产品质量十分满意，远低于合资汽车车主的21.1%和37.9%。另一方面，累计超过两成的自主汽车车主对其所购汽车不太满意或非常不满，而合资汽车车主对产品质量不满的累计占比仅有10.8%，而在进口汽车车主方面这一数据仅有1.5%。

产品价格越高质量口碑越好

在不同价位的汽车方面，产品价格越高，其质量口碑越好。其中，在5万元以下汽车的车主方面，对产品质量十分满意的车主占比仅有10.3%，对产品质量不满的却高达24.2%；而在20万元以上的产品中，对产品质量十分满意的车主占比多

达31.3%，而对产品质量不满的车主仅有6.2%。

日系汽车车主满意度最高

在不同国别合资汽车的车主中，日系车主对爱车的整体质量满意度最高，有32.2%的车主表示对其汽车质量“十分满意”，法系和德系车主选择“十分满意”的占比均超过两成，分别为28.6%和20.8%。其中，韩系车主选择“十分满意”的占比较低，仅有3.3%，不过其对产品“不满意”的占比也最低，可见，韩系车主对其爱车质量的印象虽然没有太好，但倒也不至于太坏，属于中等评价。

本田品牌满意度得分最高

本次调查中zdc以各主流品牌车主对其所购汽车质量满意度评价为基础（“十分满意”为10分，“比较满意”为8分，“不大满意”为6分，“非常不满”为0分），通过整理和统计得出下列汽车品牌质量满意度得分榜单，仅供网友参考。

自主汽车方面，整体品牌平均得分为7.71分。其中，比亚迪成为自主汽车中得分最高的品牌，为8.38分；东风、长城、五菱和一汽分列其后，得分均在8分以上。

合资汽车方面，整体品牌平均得分为8.13分，比自主汽车高了0.42分。上榜十个品牌的得分均超过了8分，其中本田得分最高，达8.92分，标致位居次席，得分为8.67分。作为市场占有率最高的大众品牌，车主满意度得分仅有7.82分，未能跻身品牌质量满意度排行榜的前十名。

自主汽车 合资汽车

品牌得分 品牌得分

1比亚迪8.38本田8.92

2东风8.25标致8.67

3长城8.21丰田8.63

4五菱8.08斯柯达8.57

5一汽8.02马自达8.45

6吉利7.63雪铁龙8.40

7奇瑞7.53雪佛兰8.11

8荣威7.50日产8.08

9长安7.45现代8.03

10江淮7.33福特8.00

—整体平均值7.71整体平均值8.13