

2016-2022年中国商用车行业市场运行态势与投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国商用车行业市场运行态势与投资方向研究报告》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.chyxx.com/research/201602/385785.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

商用车（Commercial Vehicle），是在设计和技术特征上是用于运送人员和货物的汽车。商用车包含了所有的载货汽车和9座以上的客车，分为客车、货车、半挂牵引车、客车非完整车辆和货车非完整车辆，共五类。在整个行业媒体中，商用车的概念主要是从其自身用途不同来定义的，习惯把商用车划分为客车和货车两大类。

商用车市场变化受政策和经济形势影响颇深。2014年中国商用车市场受宏观经济增速下降影响，整体市场销售379.1万辆，同比下降6.53%，处于近五年来最低位。

2005-2014年我国商用车销量及增速（单位：万辆）

数据来源：智研数据中心整理

《2016-2022年中国商用车行业市场运行态势与投资方向研究报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了商用车行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国商用车做了重点企业经营状况分析，并分析了中国商用车行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一部分 行业现状

第一章 中国商用车行业的概况

第一节 中国商用车的分类及特征

一、商用车的分类

二、商用车行业的特征

第二节 中国商用车行业发展历程与现状

一、商用车行业发展的历程

二、商用车行业技术现状

三、商用车行业发展现状

四、商用车行业规模和地位

第二章 2011-2015年世界商用车产业发展透析

第一节 2011-2015年世界商用车产业运营环境分析

一、经济环境

二、世界商用车产业发展现状

第二节 2011-2015年世界商用车行业发展总况

一、产品差异化分析

二、主流厂商技术领先

第三节 2013-2015年世界商用车重点国家及地区市场分析

一、欧美

二、日本

三、巴西

第二部分 市场发展分析

第三章 中国商用车行业市场发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、经济发展现状分析

二、当前经济运行中的主要问题

三、未来经济运行分析与政策展望

第二节 中国商用车行业政策环境分析

一、商用车行业监管体制

二、商用车行业相关政策及法律法规分析

三、商用车进出口相关政策分析

第三节 中国商用车行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、生态环境分析

第四章 2011-2015年中国商用车市场供需调查分析

第一节 2011-2015年中国商用车市场供给分析

一、产品市场供给

二、影响供给的因素分析

第二节 2011-2015年中国商用车市场需求分析

一、产品市场需求

二、影响需求的因素分析

第三节 2011-2015年中国商用车产业发展存在问题分析

一、需求放缓，产能过剩

二、车企与经销商的利益关系不稳定

三、经销商恶性竞争

四、汽车价格混乱，营销方式单一

第五章 2013-2015年中国商用车产品市场进出口数据分析

第一节 2015年中国商用车产品出口统计

一、2014年出口情况

二、2015年出口情况

三、出口统计表

第二节 2013-2015年中国商用车产品进口统计

一、2014年我国商用车进口情况

二、2015年我国商用车进口情况

三、进口统计表

第三节 2013-2015年中国商用车产品进出口价格对比

第四节 中国商用车产品进口主要来源地及出口目的地

一、进口国相对集中

二、出口目的地

第六章 2013-2015年中国商用车产量统计分析

第一节 2013-2015年全国商用车产量分析

第二节 2015年全国及主要省份商用车产量分析

第三节 2015年商用车集中度分析

一、区域集中度分析

二、企业集中度分析

三、市场集中度

第七章 2013-2015年中国商用车产业主要数据监测分析

第一节 2013-2015年中国商用车行业规模分析

第二节 2013-2015年中国商用车行业结构分析

第三节 市场已经步入新一轮增长周期

第四节 重货和轻客表现最为突出

第八章 2013-2015年世界商用车重点厂商分析

第一节 戴姆勒股份公司

一、企业概况

二、商用车市场竞争力分析

三、在华发展战略

第二节 man股份公司

一、企业概况

二、商用车市场竞争力分析

三、在华发展战略

第三节 vanhool

一、企业概况

二、商用车市场竞争力分析

第四节 佩卡集团

一、企业概况

二、商用车市场竞争力分析

三、在华发展战略

第五节 日本日野汽车公司

一、企业概况

二、商用车市场竞争力分析

三、在华发展战略

第六节 irizar (伊利萨尔)

一、企业概况

二、商用车市场竞争力分析

三、在华发展战略

第三部分 竞争格局分析

第九章 中国商用车产业重点企业竞争性财务数据分析

第一节 中国第一汽车集团公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2015年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第二节 东风汽车公司

一、企业概况

二、东风汽车集团股份公司的主要经济指标分析

三、2015年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第三节 上海汽车工业 (集团) 总公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2015年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第四节 中国长安汽车集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2015年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第五节 中国重型汽车集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2015年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第六节 北汽福田汽车股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2015年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第七节 安徽江淮汽车股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2012年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第八节 郑州宇通客车股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2015年经营分析

四、2013-2015年财务分析

第四部分 行业前景展望与投资

第十章 2016-2022年中国商用车市场投资潜力及前景预测

第一节 2016-2022年中国商用车市场未来发展趋势

一、中国商用车行业发展趋势

二、商用车产品技术的发展走向

三、商用车行业未来发展方向

第二节 2016-2022年中国商用车市场前景展望

一、中国商用车市场发展前景

二、未来国家政策规划

三、2016-2022年中国商用车市场规模预测

第十一章 2016-2022年中国商用车市场投资潜力分析

第一节 2013-2015年中国商用车投资概况

一、中国商用车投资环境

二、商用车行业上游投资决定的产业整体规模

三、商用车产品市场投资热情

第二节 中国商用车产业投资模式分析

一、自行投资建设

二、合作投资

三、收购模式

四、参股现有企业

第三节 2016-2022年中国商用车投资机会分析

一、中国商用车投资吸引力分析

二、中国商用车产业投资潜力分析

第四节 2016-2022年中国商用车投资风险分析

一、政策风险

二、技术风险

三、市场风险

四、财务风险

五、经营管理风险

第十二章 结论及专家建议

第一节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、商用车市场营销分析

三、商用车营销模式分析

四、商用车行业的营销策略分析

第二节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

第三节 对我国商用车品牌的战略思考

一、商用车实施品牌战略的意义

二、我国商用车企业的品牌战略

1、要树立强烈的品牌战略意识

2、选准市场定位，确定战略品牌

3、运用资本经营，加快开发速度

4、利用信息网，实施组合经营

5、实施规模化、集约化经营

三、商用车品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201602/385785.html>