

2015-2022年中国汽车轻量化行业全景调研及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2022年中国汽车轻量化行业全景调研及投资战略咨询报告》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/201509/345136.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

汽车轻量化是一个完整的概念，是指汽车在保持原有的行驶安全性、耐撞性、抗震性以及舒适性等性能不降低，且汽车本身造价不被提高的前提下，有目标地减轻汽车自身的重量。

轻量化这一概念最先起源于赛车运动。以目前世界上最受欢迎的赛车运动F1为例，F1赛车制造过程中大量采用了轻质材料，如蜂窝结构的铝板、碳纤维类材料、轻质合金（钛合金等）。按照测算F1赛车本身的重量只有500kg左右，而普通家庭轿车的重量几乎都要超过1000kg。轻量化的结构为F1赛车的超高速性能作出了重要的贡献。

世界各国的政府已通过法律，规定减少燃油消耗和/或碳排放量。由于汽车的重量对其燃油效率具有直接的影响，因此这些法律使得汽车行业以更轻的替代品取代某些系统中的重型材料，进而带来了汽车重量的减轻。如果汽车的动力传动系统也跟着缩小，汽车的重量每减轻10%，便可实现5%至7%（以MPG计算）的燃油节省。

据统计，2010年全球汽车轻量化市场规模约为380亿美元，轻量化材料需求总量为1000万吨，随着全球汽车产销量的稳步增长、节能减排意识的崛起、材料技术的进步，到2020年全球汽车轻量化产业规模将达到3480万吨，产品市场规模将达到1263亿美元。

2009-2020年全球汽车轻量化材料需求量统计及预测

资料来源：智研数据中心整理

2009-2020年全球汽车轻量化市场规模统计及预测

资料来源：智研数据中心整理

《2015-2022年中国汽车轻量化行业全景调研及投资战略咨询报告》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。

报告揭示了汽车轻量化行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国汽车轻量化做了重点企业经营状况分析，并分析了中国汽车轻量化行业发展前景预测。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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 汽车轻量化产品基本特点 7

第一节 汽车轻量化的定义 7

第二节 汽车轻量化的生产及技术进展 8

一、汽车轻量化生产发展过程 8

二、汽车轻量化应用方法 11

第三节 汽车轻量化产业分析	12
第二章 2014-2015年全球汽车轻量化行业运行现状分析	15
第一节 2014-2015年全球汽车轻量化产业发展分析	15
一、国际汽车轻量化产业特点分析	15
二、全球汽车轻量化市场规模发展情况	17
三、世界汽车轻量化产业链研究分析	24
四、世界汽车轻量化供给情况分析	31
第二节 2014-2015年世界部分国家汽车轻量化发展分析	33
一、日本	33
二、美国	35
三、德国	39
四、其它	41
第三节 2015-2022年世界汽车轻量化产业发展趋势分析	41
第三章 2014-2015年中国汽车轻量化产业运行环境分析	47
第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析	47
一、中国GDP分析	47
二、消费价格指数分析	50
三、城乡居民收入分析	51
四、社会消费品零售总额	53
五、全社会固定资产投资分析	54
六、进出口总额及增长率分析	59
第二节 2014-2015年中国汽车轻量化产业政策环境分析	60
一、汽车轻量化产业政策分析	60
二、汽车轻量化标准分析	62
三、进出口政策分析	63
第三节 2014-2015年中国汽车轻量化产业社会环境分析	64
第四章 2014-2015年中国汽车轻量化行业发展动态分析	76
第一节 2014-2015年中国汽车轻量化产业现状分析	76
一、中国汽车轻量化产业的发展背景	76
二、中国汽车轻量化产业发展特点	80
三、中国汽车轻量化区域行业结构	87
第二节 2014-2015年中国汽车轻量化生产设备发展现状分析	90
一、全球汽车轻量化制造设备发展状况	90
二、中国汽车轻量化制造设备现状分析	92
三、汽车轻量化制造设备热点	95

四、中国汽车轻量化制造设备行业销售分析	97
五、汽车轻量化制造设备及技术发展趋势分析	97
第三节2014-2015年汽车轻量化行业发展上下游深度分析	98
第五章2012-2015年中国汽车轻量化相关产品进出口数据监测	106
第一节2012-2015年中国汽车轻量化进出口数据监测分析	106
一、进出口数量分析	106
二、进出口金额分析	106
三、进出口国家及地区分析	107
第二节2012-2015年中国汽车轻量化进出口数据监测分析	108
一、进出口数量分析	108
二、进出口金额分析	109
三、进出口国家及地区分析	109
第六章 重点企业财务数据分析	112
第一节东莞宜安科技股份有限公司	112
一、企业概述（企业、产品分布）	112
二、销售渠道与网络	113
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	115
四、企业盈利能力分析	115
五、企业偿债能力分析	116
六、企业经营能力分析	117
七、企业成长能力分析	118
八、企业发展优势分析	118
第二节宝鸡钛业股份有限公司	119
一、企业概述（企业、产品分布）	119
二、销售渠道与网络	120
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	120
四、企业盈利能力分析	121
五、企业偿债能力分析	122
六、企业经营能力分析	123
七、企业成长能力分析	123
八、企业发展优势分析	124
第三节方大炭素新材料科技股份有限公司	124
一、企业概述（企业、产品分布）	124
二、销售渠道与网络	125
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	126

- 四、企业盈利能力分析 127
- 五、企业偿债能力分析 128
- 六、企业经营能力分析 129
- 七、企业成长能力分析 129
- 八、企业发展优势分析 130
- 第四节湖南博云新材料股份有限公司 130
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 130
 - 二、销售渠道与网络 133
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 133
 - 四、企业盈利能力分析 133
 - 五、企业偿债能力分析 135
 - 六、企业经营能力分析 136
 - 七、企业成长能力分析 136
 - 八、企业发展优势分析 137
- 第五节金发科技股份有限公司 138
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 138
 - 二、销售渠道与网络 139
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 139
 - 四、企业盈利能力分析 140
 - 五、企业偿债能力分析 141
 - 六、企业经营能力分析 142
 - 七、企业成长能力分析 143
 - 八、企业发展优势分析 143
- 第六节浙江万丰奥威汽轮股份有限公司 144
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 144
 - 二、销售渠道与网络 146
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 149
 - 四、企业盈利能力分析 149
 - 五、企业偿债能力分析 150
 - 六、企业经营能力分析 151
 - 七、企业成长能力分析 152
 - 八、企业发展优势分析 152
- 第七节江苏亚太轻合金科技股份有限公司 154
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 154
 - 二、销售渠道与网络 155

- 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 156
- 四、企业盈利能力分析 156
- 五、企业偿债能力分析 158
- 六、企业经营能力分析 159
- 七、企业成长能力分析 159
- 八、企业发展优势分析 160
- 第八节 吉林利源精制股份有限公司 161
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 161
 - 二、销售渠道与网络 162
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 163
 - 四、企业盈利能力分析 164
 - 五、企业偿债能力分析 165
 - 六、企业经营能力分析 166
 - 七、企业成长能力分析 166
 - 八、企业发展优势分析 167
- 第九节 银邦金属复合材料股份有限公司 170
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 170
 - 二、销售渠道与网络 171
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 171
 - 四、企业盈利能力分析 172
 - 五、企业偿债能力分析 173
 - 六、企业经营能力分析 174
 - 七、企业成长能力分析 174
 - 八、企业发展优势分析 175
- 第十节 内蒙古包钢钢联股份有限公司 175
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 175
 - 二、销售渠道与网络 176
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 177
 - 四、企业盈利能力分析 177
 - 五、企业偿债能力分析 178
 - 六、企业经营能力分析 179
 - 七、企业成长能力分析 180
 - 八、企业发展优势分析 180
- 第十一节 湖南华菱钢铁集团有限责任公司 181
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 181

- 二、销售渠道与网络 182
- 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 183
- 四、企业盈利能力分析 183
- 五、企业偿债能力分析 184
- 六、企业经营能力分析 185
- 七、企业成长能力分析 186
- 八、企业发展优势分析 186
- 第十二节 广东鸿图科技股份有限公司 187
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 187
 - 二、销售渠道与网络 188
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 188
 - 四、企业盈利能力分析 189
 - 五、企业偿债能力分析 190
 - 六、企业经营能力分析 191
 - 七、企业成长能力分析 192
 - 八、企业发展优势分析 192
- 第十三节 广东鸿特精密技术股份有限公司 193
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 193
 - 二、销售渠道与网络 195
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 195
 - 四、企业盈利能力分析 195
 - 五、企业偿债能力分析 197
 - 六、企业经营能力分析 198
 - 七、企业成长能力分析 198
 - 八、企业发展优势分析 199
- 第十四节 南京云海金属股份有限公司 200
 - 一、企业概述（企业、产品分布） 200
 - 二、销售渠道与网络 200
 - 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润） 201
 - 四、企业盈利能力分析 201
 - 五、企业偿债能力分析 202
 - 六、企业经营能力分析 203
 - 七、企业成长能力分析 204
 - 八、企业发展优势分析 204
- 第十五节 康得新光电材料有限公司 206

一、企业概述（企业、产品分布）	206
二、销售渠道与网络	207
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	208
四、企业盈利能力分析	209
五、企业偿债能力分析	210
六、企业经营能力分析	211
七、企业成长能力分析	211
八、企业发展优势分析	212
第七章2014-2015年中国汽车轻量化产业竞争态势分析	215
第一节2014-2015年中国汽车轻量化行业竞争分析	215
一、进入者的威胁	215
二、购买者分析	216
三、替代品分析	218
四、行业竞争分析	219
第二节2014-2015年中国汽车轻量化企业盈利研究分析	221
一、核心竞争力	221
二、战略发展思考	222
第三节2014-2015年中国汽车轻量化企业竞争策略研究	224
一、业务延伸及扩张策略	224
二、多元化经营策略	225
第八章 2015-2022年中国汽车轻量化行业投资发展趋势分析	227
第一节2015-2022年中国汽车轻量化产业影响因素	227
一、有利因素	227
二、不利因素	228
第二节 2015-2022年中国汽车轻量化产业投资规模分析	229
第三节 2015-2022年中国汽车轻量化产业投资结构分析	230
一、替代品发展	230
二、行业收购与兼并	232
三、技术应用创新	234
四、产业递进与变迁	235
第九章2015-2022年中国汽车轻量化行业发展趋势预测分析（zyyzg）	238
第一节2015-2022年中国汽车轻量化行业前景展望	238
一、汽车轻量化的研究进展及趋势分析	238
二、汽车轻量化价格趋势分析	240
第二节2015-2022年中国汽车轻量化行业市场预测分析	241

- 一、汽车轻量化市场供给预测分析 241
- 二、汽车轻量化需求预测分析 241
- 三、汽车轻量化竞争格局预测分析 243
- 第三节2015-2022年中国汽车轻量化行业市场盈利预测分析 244
- 第十章 2015-2022年中国汽车轻量化行业发展策略及投资建议 245
- 第一节 汽车轻量化行业发展策略分析 245
- 一、坚持产品创新的领先战略 245
- 二、坚持品牌建设的引导战略 245
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略 245
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略 246
- 五、坚持企业管理创新的保证战略 246
- 第二节 汽车轻量化行业市场的重点客户战略实施 246
- 一、实施重点客户战略的必要性 246
- 二、合理确立重点客户 247
- 三、对重点客户的营销策略 248
- 四、强化重点客户的管理 248
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 249

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201509/345136.html>