

2020-2026年中国坦克行业市场营销战略及投资前景评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国坦克行业市场营销战略及投资前景评估报告》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/202005/866873.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

“十三五”期间是国防装备高峰期，部分高端陆军装备正迎来换装高峰期。建设现代化陆军的核心，是提高基于信息系统的体系作战能力，同时传统技术也仍然存在着很大的创新空间。我国陆军新装备已达到国际第三代水平，但整体来说，新装备占整体比例仍然较低，新式装备仍然具有较大的市场需求。

装甲车辆、火炮作为陆军核心装备，同样面临新装备占比偏低，换装需求大的情况，新一代装甲车辆、8x8轮式战车等武器装备具有较大市场需求。

装甲车辆主要分为履带式和轮式两大类，坦克是装甲车辆中的重要一员

装甲车辆说明	优点
履带式装甲车	用安装在装甲车体两侧的履带行驶装置行驶的装甲车辆

由于履带与地面接触面积大，附着性好，单位压力小，具有较高的越野机动性能

轮式装甲车	靠轮胎支撑和行驶的装甲车辆
-------	---------------

公路行驶速度快、油耗低、噪声小、寿命长、使用经济、维修简便、成本低

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国坦克行业市场营销战略及投资前景评估报告》共十四章。首先介绍了坦克行业市场发展环境、坦克整体运行态势等，接着分析了坦克行业市场运行的现状，然后介绍了坦克市场竞争格局。随后，报告对坦克做了重点企业经营状况分析，最后分析了坦克行业发展趋势与投资预测。您若想对坦克产业有个系统的了解或者想投资坦克行业，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 坦克行业发展综述

1.1 坦克行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

坦克在装甲车辆发展史上具有里程碑的意义。坦克是具有强大火力、高度越野机动性和坚强装甲防护力的履带式装甲战斗车辆，是地面作战的主要突击兵器和装甲兵的基本装备。坦克按生产年代和技术水平的时间线划分，可分为一代、二代、三代坦克；按战斗总质量和火炮口径分可以为轻、中、重型；根据战场上作战任务的不同，可分为主战坦克和特种坦克。

坦克的分类：	轻型、中型、重型坦克	种类	重量	火炮口径	主要用途
	轻型坦克		10-20吨	57-85毫米	主要用于战场警戒、目标侦察或其他特殊任务
	中型坦克		20-40吨	最大为105毫米	执行装甲兵的主要作战任务
	重型坦克		40-60吨	88-125毫米	

用于攻击敌方坦克、装甲车等目标 数据来源：公开资料整理

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 坦克行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 坦克行业在国民经济中的地位

1.2.3 坦克行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 坦克行业生命周期

1.3 最近3-5年中国坦克行业经济指标分析

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 坦克行业运行环境分析

2.1 坦克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 坦克行业经济环境分析

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 坦克行业社会环境分析

2.3.1 坦克产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 坦克产业发展对社会发展的影响

2.4 坦克行业技术环境分析

2.4.1 坦克技术分析

2.4.2 坦克技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国坦克行业运行分析

- 3.1 我国坦克行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国坦克行业发展阶段
 - 3.1.2 我国坦克行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国坦克行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年坦克行业发展现状
 - 3.2.1 2015-2019年我国坦克行业市场规模
 - 3.2.2 2015-2019年我国坦克行业发展分析
 - 3.2.3 2015-2019年中国坦克企业发展分析
- 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 坦克细分产品/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 坦克产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2015-2019年坦克价格走势
 - 3.5.2 影响坦克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 2020-2026年坦克产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4 主要坦克企业价位及价格策略
- 第四章 我国坦克所属行业整体运行指标分析
 - 4.1 2015-2019年中国坦克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年中国坦克所属行业产销情况分析
 - 4.2.1 我国坦克所属行业工业总产值
 - 4.2.2 我国坦克所属行业工业销售产值
 - 4.2.3 我国坦克所属行业产销率
 - 4.3 2015-2019年中国坦克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 我国坦克行业供需形势分析

5.1 坦克行业供给分析

5.1.1 2015-2019年坦克行业供给分析

5.1.2 2020-2026年坦克行业供给变化趋势

5.1.3 坦克行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国坦克行业需求情况

5.2.1 坦克行业需求市场

5.2.2 坦克行业客户结构

5.2.3 坦克行业需求的地区差异

5.3 坦克市场应用及需求预测

5.3.1 坦克应用市场总体需求分析

(1) 坦克应用市场需求特征

(2) 坦克应用市场需求总规模

5.3.2 2020-2026年坦克行业领域需求量预测

(1) 2020-2026年坦克行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2020-2026年坦克行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业坦克产品/服务需求分析预测

第六章 坦克行业产业结构分析

6.1 坦克产业结构分析

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 中国坦克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 我国坦克行业产业链分析

7.1 坦克行业产业链分析

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 坦克上游行业分析

7.2.1 坦克产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对坦克行业的影响

7.3 坦克下游行业分析

7.3.1 坦克下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对坦克行业的影响

第八章 我国坦克行业渠道分析及策略

8.1 坦克行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对坦克行业的影响

8.1.3 主要坦克企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 坦克行业用户分析

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 坦克行业营销策略分析

8.3.1 中国坦克营销概况

8.3.2 坦克营销策略探讨

8.3.3 坦克营销发展趋势

第九章 我国坦克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 坦克行业竞争结构分析

(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 坦克行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 坦克行业集中度分析
- 9.1.4 坦克行业SWOT分析
- 9.2 中国坦克行业竞争格局综述
- 9.2.1 坦克行业竞争概况
 - (1) 中国坦克行业竞争格局
 - (2) 坦克行业未来竞争格局和特点
 - (3) 坦克市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国坦克行业竞争力分析
 - (1) 我国坦克行业竞争力剖析
 - (2) 我国坦克企业市场竞争的优势
 - (3) 国内坦克企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 坦克市场竞争策略分析
- 第十章 坦克行业领先企业经营形势分析
- 10.1 A公司
 - 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 B公司
 - 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 C公司
 - 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 D公司

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 E公司

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 F公司

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 2020-2026年坦克行业投资前景

11.1 2020-2026年坦克市场发展前景

11.1.1 2020-2026年坦克市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年坦克市场发展前景展望

11.1.3 2020-2026年坦克细分行业发展前景分析

11.2 2020-2026年坦克市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2026年坦克行业发展趋势

11.2.2 2020-2026年坦克市场规模预测

11.2.3 2020-2026年坦克行业应用趋势预测

11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

11.3 2020-2026年中国坦克行业供需预测

11.3.1 2020-2026年中国坦克行业供给预测

11.3.2 2020-2026年中国坦克行业需求预测

11.3.3 2020-2026年中国坦克供需平衡预测

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 2020-2026年坦克行业投资机会与风险

12.1 坦克行业投融资情况

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 2020-2026年坦克行业投资机会

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 2020-2026年坦克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 坦克行业投资战略研究

13.1 坦克行业发展战略研究

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 对我国坦克品牌的战略思考

13.2.1 坦克品牌的重要性

13.2.2 坦克实施品牌战略的意义

13.2.3 坦克企业品牌的现状分析

13.2.4 我国坦克企业的品牌战略

13.2.5 坦克品牌战略管理的策略

13.3 坦克经营策略分析

13.3.1 坦克市场细分策略

13.3.2 坦克市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 坦克新产品差异化战略

13.4 坦克行业投资战略研究

13.4.1 2019年坦克行业投资战略

13.4.2 2020-2026年坦克行业投资战略

13.4.3 2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议 (ZY KT)

14.1 坦克行业研究结论

14.2 坦克行业投资价值评估

14.3 坦克行业投资建议

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 (ZY KT)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202005/866873.html>