

2015-2020年中国轻客市场分析预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国轻客市场分析预测及投资战略研究报告》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.huaon.com/detail/164485.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

第一章 2013-2014年中国客车产业整体运行态势分析

第一节 2013-2014年中国客车行业亮点分析

- 一、客车行业加速结构调整
- 二、社会资本抄底客车市场
- 三、混合动力客车产业化起步
- 四、政策助力农村客车市场启动
- 五、客车业主要区域市场发展特征
- 六、技术水平及配套环境逐步升级

第二节 2013-2014年中国客车行业现状分析

- 一、中国客车产业正在走向世界
- 二、中国客车行业进入转型期
- 三、外资介入中国客车领域
- 四、“中国制造”获得全球客车行业瞩目
- 五、中国本土客车企面临变革
- 六、金融危机催生客车行业格局变动

第三节 2013-2014年中国客车国际化发展分析

- 一、中国客车企业实施国际化战略的意义
- 二、我国客车企业国际化取得明显成效
- 三、我国客车安全标准国际化亟待推进
- 四、中国客车国际化进程中面临的挑战
- 五、中国客车开拓国际市场的对策
- 六、中国自主品牌客车发展海外道路宽阔

第四节 2013-2014年中国客车市场品牌分析

- 一、中国客车产业品牌发展历程
- 二、中国客车品牌发展解析
- 三、客车企业发展中的品牌靶向力分析
- 四、中国客车品牌建设的对策措施
- 五、中国客车行业的品牌成长

第五节 2013-2014年中国客车产业热点问题探讨

- 一、客车企业对标准法规反应迟钝
- 二、客车行业整合状况
- 三、缺乏市场主动权

第二章 2013-2014年中国轻客行业市场环境分析

第一节 2013-2014年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2013-2014年中国轻客行业政策环境分析

- 一、《汽车贸易政策》对汽车市场的影响分析
- 二、调整汽车消费税的影响分析
- 三、《反垄断法》对汽车工业的影响分析
- 四、燃油税对汽车工业发展的影响

第三节 2013-2014年中国轻客行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2013-2014年中国轻客行业技术环境分析

第三章 2013-2014年中国轻客行业运行形势分析

第一节 2013-2014年中国轻客行业发展概述

- 一、轻客市场首现豪华品牌
- 二、欧系轻客市场提速
- 三、2012中国轻客年度车型评选
- 四、我国大金龙轻客上半年出口

第二节 2013-2014年中国轻客行业运行动态分析

- 一、轻客市场区域性差异分析
- 二、轻客细分市场走势简析
- 三、金龙轻客入围福建省农村客运推荐车型
- 四、凌特闯入豪华轻客市场

第三节 2013-2014年中国轻客行业发展存在问题分析

第四章 2007-2014年中国汽车整车制造行业数据监测分析

第一节 2007-2014年中国汽车整车制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国汽车整车制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2007-2014年中国汽车整车制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2014年中国汽车整车制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2007-2014年中国汽车整车制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2013-2014年中国轻客行业市场运行动态研究

第一节 2013-2014年中国轻客市场发展形势分析

一、微型客车对轻客市场影响力分析

二、MPV对轻客市场影响力分析

三、新产品推出及促销降价活动情况

四、改装车、专用车是拉动轻客市场的重要增长点

第二节 2013-2014年中国轻客市场产销情况分析

一、客车(含非完整车)分车型销量

二、轻型客车各月销量

三、轻型客车销量当月环比与同比增长

四、轻客销量情况及市场份额

第三节 2013-2014年中国轻客市场品牌动态分析

一、奔驰轻客凌特正式启动预售

二、依维柯新宝迪剑指轻客高端

第六章 2007-2014年中国客车产量统计分析

第一节 2007-2013年全国客车产量分析

第二节 2014年全国及主要省份客车产量分析

第三节 2014年客车产量集中度分析

第七章 2013-2014年轻客产品特征及市场运行分析

第一节 2013-2014年主流轻客新锐产品特征分析

一、上汽商用车公司的大通V80多功能轻型商用车

二、上汽集团南汽依维柯的新宝迪科

三、福建戴姆勒第三款国产车型奔驰凌特轻客SPRINTER下线

四、江铃汽车公司逾3亿投V348全顺排放升级项目

五、北汽福田公司推出风景VVT动力轻客车型

第二节 轻客行业市场供给分析

一、轻客生产规模现状

二、轻客产能规模分布

三、轻客市场价格走势

四、轻客重点厂商分布

五、轻客产供状况分析

第八章 2013-2014年轻客行业采购状况分析

第一节 2013-2014年轻客成本分析

一、原材料成本走势分析

二、劳动力供需及价格分析

三、其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、主要原材料价格与供给分析

三、2015-2020年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 轻客产业链的分析

一、行业集中度--

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第九章 2013-2014年中国轻客市场供需分析

第一节 2013-2014年轻客市场需求分析

一、轻客行业需求市场

二、轻客行业客户结构

三、轻客行业需求的地区差异

第二节 2013-2014年轻客市场供给分析

一、2013-2014年轻客市场供给分析

二、2015-2020年轻客市场供给预测

第三节 2015-2020年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2015-2020年轻客行业的需求预测

二、2013-2014年轻客供求平衡分析

三、2015-2020年轻客供求平衡预测

第十章 2013-2014年轻客市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件-

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 轻客竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 2013-2014年轻客行业竞争格局分析

一、轻客行业竞争分析

二、国内外轻客竞争分析

三、中国轻客市场竞争分析

四、中国轻客市场集中度分析

五、中国轻客竞争对手市场份额

六、中国轻客主要品牌企业梯队分布

第十一章 2011-2012中国轻客重点企业竞争力分析（企业可自选）

第一节 东风

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第二节 宇通

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第三节 江淮

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第四节 金龙

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第五节 中通

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第六节 奔驰

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析-

六、企业发展新动态与战略规划分析

第七节 其他重点优势企业分析

第十二章 2015-2020年轻客行业发展趋势及影响因素

第一节 轻客市场前景分析

一、轻客市场容量分析

二、轻客行业利好利空政策

三、轻客行业发展前景分析

第二节 专家对轻客未来发展预测分析

一、中国轻客发展方向分析

二、2015-2020年中国轻客行业发展规模

三、2015-2020年中国轻客行业发展趋势预测

第三节 2015-2020年轻客行业供需预测

一、2015-2020年轻客行业供给预测

二、2015-2020年轻客行业需求预测

三、2015-2020年轻客行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势-

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国轻客行业SWOT分析

第十三章 2013-2014年行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、宏观经济数据分析

二、宏观政策环境分析-

三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

- 一、主要城市区域市场特点分析
- 二、主要城市社会经济现状分析
- 三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

- 一、轻客市场渠道情况
- 二、轻客竞争对手渠道模式
- 三、轻客直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

- 一、各城市主要商圈渠道分布情况
- 二、各城市主要商圈销售规模分析
- 三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十四章 2015-2020年轻客行业投资机会与风险分析

第一节 投资环境的分析与对策

第二节 投资机遇分析

第三节 投资风险分析

- 一、客观事件的不确定性风险
- 二、市场的不确定性风险
- 三、行业发展的不确定性风险
- 四、技术发展的不确定性风险
- 五、战略规划者的主观不确定性风险
- 六、执行过程的不确定性风险
- 七、战略规划系统的不确定性风险
- 八、市场风险分析
- 九、管理风险分析
- 十、经营风险分析-

第四节 投资策略与建议

- 一、坚守核心主业
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、明确品牌形象
- 六、调整市场策略

第十五章 2015-2020年轻客行业盈利模式与投资策略分析

第一节 轻客行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

1.战略规划

2.战略实施

3.战略反思与评价

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划-

第二节 轻客行业品牌战略分析

一、品牌的基本含义-

二、品牌战略在企业发展中的重要性

三、轻客品牌的特性和作用

四、轻客品牌的价值战略

五、我国轻客品牌竞争趋势

六、轻客企业品牌发展战略

七、轻客行业品牌竞争策略

第三节 对我国轻客行业投资策略建议

一、轻客行业发展建议

二、轻客行业投资战略研究

第四节 轻客发展与投资策略分析

一、对症下药

二、程序科学

三、控制成本

四、以市场为中心

五、讲求效益

六、可持续发展

七、遵守法律

第五节 专家建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/164485.html>