

2017-2022年中国商用车行业市场运营态势及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国商用车行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/295164.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

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。

2015年，我国汽车产销2,450.33万辆和2,459.76万辆，同比增长3.25%和4.68%，增速比上年同期减缓4.01个百分点和2.18个百分点。其中，商用车受到国家经济增速回落以及商用车出口市场形势不佳等因素的影响，全年产销342.39万辆和345.13万辆，同比下降9.97%和8.97%。商用车受到国家经济增速回落以及商用车出口市场形势不佳等因素的影响，全年产销342.39万辆和345.13万辆，同比下降9.97%和8.97%。

2014年-2015年我国商用车月度销量（辆）

2015年12月，商用车产销量与11月相比均呈现出回升的态势，但与2014年同期相比却出现了明显的下滑。从商用车月度销量走势上看，月度销量最高点为3月份，销量达到37.02万辆；最低点为2月，销量仅为19.66万辆。除6月和10月外，其他月份销量均低于上年同期，其中，2月销量降幅最高，达30.84%。

2015年商用车（分企业）产量排名前十（辆）

2015年商用车（分企业）销量排名前十（辆）

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 2015年世界商用车行业发展态势分析

第一节 2015年世界商用车市场发展状况分析

一、世界商用车行业特点分析

二、世界商用车市场需求分析

第二节 2015年全球商用车市场分析

一、2015年全球商用车需求分析

二、2015年全球商用车产销分析

三、2015年中外商用车市场对比

第二章我国商用车行业发展现状

第一节我国商用车行业发展现状

一、商用车行业品牌发展现状

二、商用车行业消费市场现状

三、商用车市场消费层次分析

四、我国商用车市场走向分析

第二节 2011-2015年商用车行业发展情况分析

一、2015年商用车行业发展特点分析

二、2015年商用车行业发展情况

第三节 2015年商用车行业运行分析

一、2015年商用车行业产销运行分析

二、2015年商用车行业利润情况分析

三、2015年商用车行业发展周期分析

四、2017-2022年商用车行业发展机遇分析

五、2017-2022年商用车行业利润增速预测

第四节对中国商用车市场的分析及思考

一、商用车市场特点

二、商用车市场分析

三、商用车市场变化的方向

四、中国商用车产业发展的新思路

五、对中国商用车产业发展的思考

第三章 2015年中国商用车市场运行态势剖析

第一节 2015年中国商用车市场动态分析

一、商用车行业新动态

二、商用车主要品牌动态

三、商用车行业消费者需求新动态

第二节 2015年中国商用车市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2015年中国商用车市场进出口形式综述

第四节 2015 中国商用车市场价格分析

- 一、热销品牌产品价格走势分析
- 二、影响价格的主要因素分析

第四章商用车行业经济运行分析

第一节 2015年商用车行业主要经济指标分析

- 一、2015年商用车行业主要经济指标分析
- 二、2015年商用车行业主要经济指标分析

第二节 2015年我国商用车行业绩效分析

- 一、2015年行业产销能力
- 二、2015年行业规模情况
- 三、2015年行业盈利能力
- 四、2015年行业经营发展能力
- 五、2015年行业偿债能力分析

第五章中国商用车行业消费市场分析

第一节商用车市场消费需求分析

- 一、商用车市场的消费需求变化
- 二、商用车行业的需求情况分析
- 三、2015年商用车品牌市场消费需求分析

第二节商用车消费市场状况分析

- 一、商用车行业消费特点
- 二、商用车行业消费分析
- 三、商用车行业消费结构分析
- 四、商用车行业消费的市场变化
- 五、商用车市场的消费方向

第三节商用车行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、商用车行业品牌忠诚度调查
- 六、商用车行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六章我国商用车行业市场调查分析

第一节 2015年我国商用车行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

2016年6月商用车占整体汽车市场份额

2016年6月商用车市场份额（按燃料划分）

三、整体市场关注度

四、厂商分析

第二节 2015 中国商用车行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章商用车行业上下游产业分析

第一节上游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业竞争状况及其对商用车行业的意义

第二节下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对商用车行业的影响

五、行业竞争状况及其对商用车行业的意义

第八章商用车行业竞争格局分析

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、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

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

第三节中国商用车行业竞争格局综述

一、2015年商用车行业集中度

二、2015年商用车行业竞争程度

三、2015年商用车企业与品牌数量

四、2015年商用车行业竞争格局分析

第四节 2011-2015年商用车行业竞争格局分析

一、2011-2015年国内外商用车行业竞争分析

二、2011-2015年我国商用车市场竞争分析

第九章商用车企业竞争策略分析

第一节商用车市场竞争策略分析

一、2015年商用车市场增长潜力分析

二、2015年商用车主要潜力品种分析

三、现有商用车市场竞争策略分析

四、潜力商用车竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节商用车企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国商用车市场竞争趋势

二、2017-2022年商用车行业竞争格局展望

三、2017-2022年商用车行业竞争策略分析

第三节商用车行业发展机会分析

第四节商用车行业发展风险分析

第十章重点商用车企业竞争分析

第一节 A公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第二节 B公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略略

第三节 C公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第四节 D公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第五节 E公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第六节 F公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第七节 G公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第八节 H公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第十一章商用车行业发展趋势分析

第一节我国商用车行业前景与机遇分析

- 一、我国商用车行业发展前景
- 二、我国商用车发展机遇分析
- 三、2016年商用车行业的发展机遇分析

第二节 2017-2022年中国商用车市场趋势分析

- 一、2015年商用车市场趋势总结
- 二、2016年商用车行业发展趋势分析
- 三、2017-2022年商用车市场发展空间
- 四、2017-2022年商用车产业政策趋向
- 五、2017-2022年商用车行业技术革新趋势
- 六、2017-2022年商用车价格走势分析
- 七、2017-2022年国际环境对商用车行业的影响

第十二章商用车行业发展趋势与投资战略研究

第一节商用车市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节商用车行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节商用车行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节对我国商用车品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、商用车实施品牌战略的意义
- 三、商用车企业品牌的现状分析
- 四、我国商用车企业的品牌战略

五、商用车品牌战略管理的策略

第十三章 2017-2022年商用车行业发展预测

第一节 未来商用车需求与消费预测

- 一、2017-2022年商用车产品消费预测
- 二、2017-2022年商用车市场规模预测
- 三、2017-2022年商用车行业总产值预测
- 四、2017-2022年商用车行业销售收入预测
- 五、2017-2022年商用车行业总资产预测

第二节 2017-2022年中国商用车行业供需预测

- 一、2017-2022年中国商用车供给预测
- 二、2017-2022年中国商用车产量预测
- 三、2017-2022年中国商用车需求预测
- 四、2017-2022年中国商用车供需平衡预测
- 五、2017-2022年中国商用车产品价格预测
- 六、2017-2022年主要商用车产品进出口预测

第三节 影响商用车行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响商用车行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响商用车行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响商用车行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国商用车行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2022年我国商用车行业发展面临的机遇分析

第四节 商用车行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年商用车行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年商用车行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年商用车行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年商用车行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年商用车行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年商用车行业其他风险及控制策略

第十四章 投资建议

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议

图表目录：

图表：商用车产业链分析

图表：国际商用车市场规模

图表：国际商用车生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2014-2016年我国商用车行业产销情况

图表：2014-2016年我国商用车行业利润总额及增长情况

图表：2014-2016年我国商用车行业利润总额及增长对比

图表：2014-2016年我国商用车行业工业销售产值及增长情况

图表：2014-2016年我国商用车行业工业销售产值及增长对比

图表：2014-2016年我国商用车行业需求及增长情况

图表：2014-2016年我国商用车行业需求及增长对比

图表：2014-2016年我国商用车行业销售成本及增长情况

图表：2014-2016年我国商用车行业销售成本及增长对比

图表：2014-2016年我国商用车行业管理费用及增长情况

图表：2014-2016年我国商用车行业管理费用及增长对比

图表：2014-2016年我国商用车行业销售收入及增长情况

图表：2014-2016年我国商用车行业销售收入及增长对比

图表：2014-2016年我国商用车行业销售毛利率及增长情况

图表：2014-2016年我国商用车行业销售毛利率及增长对比

图表：2014-2016年我国商用车行业资产负债率及增长对比

图表：2017-2022年我国商用车行业资产预测图

图表：2017-2022年我国商用车行业需求预测图

图表：2017-2022年我国商用车行业利润总额预测

图表：2017-2022年我国商用车行业市场规模预测

图表：2017-2022年我国商用车行业销售收入预测

图表：2017-2022年我国商用车行业资产预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295164.html>