

2019-2025年中国商用车市 场深度调研与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国商用车市场深度调研与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201906/18-299248.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。2014-2017年上半年我国商用车进口分析

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国商用车市场深度调研与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了中国商用车行业市场发展环境、商用车整体运行态势等，接着分析了中国商用车行业市场运行的现状，然后介绍了商用车市场竞争格局。随后，报告对商用车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商用车行业发展趋势与投资预测。您若想对商用车产业有个系统的了解或者想投资中国商用车行业，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 商用车行业概述

第一节 商用车行业定义

第二节 商用车行业发展历程

第三节 商用车行业分类情况

第四节 商用车产业链分析

第二章 2017年中国商用车行业发展环境分析

第一节 2017年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2017年中国商用车行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2017年中国商用车行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分行业运行分析

第三章 2017年中国商用车行业总体发展状况

第一节 中国商用车行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国商用车行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国商用车行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 中国商用车市场供需分析

第一节 商用车市场现状分析及预测

一、2017年我国商用车行业总产值分析

二、2019-2025年我国商用车行业总产值预测

第二节 商用车产品产量分析及预测

一、2017年我国商用车产量分析

二、2019-2025年我国商用车产量预测

第三节 商用车市场需求分析及预测

一、2017年我国商用车市场需求分析

二、2019-2025年我国商用车市场需求预测

第四节 商用车进出口数据分析

一、我国商用车进出口数据分析

1、进口分析

2、出口分析

二、2019-2025年国内商用车产品进出口情况预测

1、进口预测

2、出口预测

第三部分市场发展形势

第五章商用车行业发展现状分析

第一节 全球商用车行业发展分析

一、全球商用车行业发展历程

二、全球商用车行业发展现状

三、全球商用车行业发展预测

第二节 中国商用车行业发展分析

一、2017年中国商用车行业发展态势分析

二、2017年中国商用车行业发展特点分析

三、2017年中国商用车行业市场供需分析

第三节 中国商用车产业特征与行业重要性

第四节 商用车行业特性分析

第六章中国商用车市场规模分析

第一节 2017年中国商用车市场规模分析

第二节 2017年中国商用车区域市场规模分析

二、2017年华北地区市场规模分析

三、2017年华东地区市场规模分析

四、2017年华中地区市场规模分析

五、2017年华南地区市场规模分析

六、2017年西部地区市场规模分析

第三节 2019-2025年中国商用车市场规模预测

第七章商用车国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2019-2025年国内产品未来价格走势预测

第八章商用车及其主要上下游产品

第一节 商用车上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 商用车行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第四部分行业竞争策略

第九章商用车产品竞争力优势分析

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

第十章商用车行业市场竞争策略分析

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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 商用车企业竞争策略分析

- 一、提高商用车企业核心竞争力的对策
- 二、影响商用车企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高商用车企业竞争力的策略

第十一章商用车行业重点企业竞争分析

第一节 东风日产

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2019-2025年公司发展战略分析

第二节 上海汽车集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2019-2025年公司发展战略分析

第三节 北京现代

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标
- 六、2019-2025年公司发展战略分析

第四节 江淮汽车公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析
- 五、主要经营数据指标

六、2019-2025年公司发展战略分析

第五节 广州汽车集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、2019-2025年公司发展战略分析

第六节 上海通用

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、2019-2025年公司发展战略分析

第七节 北京现代

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、2019-2025年公司发展战略分析

第八节 一汽大众

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、2019-2025年公司发展战略分析

第九节 上海通用五菱

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、2019-2025年公司发展战略分析

第十节 长安福特

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、2019-2025年公司发展战略分析

第五部分行业前景预测

第十二章商用车行业投资与发展前景分析

第一节 商用车行业投资机会分析

一、商用车投资项目分析

二、可以投资的商用车模式

三、2018年商用车投资机会

第二节 2019-2025年中国商用车行业发展预测分析

一、未来商用车发展分析

二、未来商用车行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十三五行业发展趋势

第十三章商用车产业用户度分析

第一节 商用车产业用户认知程度

第二节 商用车产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第六部分行业投资策略

第十四章 2019-2025年商用车行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前商用车存在的问题

第二节 商用车未来发展预测分析

一、中国商用车发展方向分析

二、2019-2025年中国商用车行业发展规模预测

三、2019-2025年中国商用车行业发展趋势预测

第三节 2019-2025年中国商用车行业投资风险分析

一、出口风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、产品投资风险

十五章观点与结论（ZY GXH）

第一节 商用车行业营销策略分析及建议

一、商用车行业营销模式

二、商用车行业营销策略

第二节 商用车行业企业经营发展分析及建议

一、商用车行业经营模式

二、商用车行业生产模式

第三节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能（ZY GXH）

图表目录：

图表 行业生命周期的判断

图表 2013-2017年中国规模以上工业企业经济指标统计

图表 2013-2017年中国商用车行业销售在工业企业中的地位趋势图

图表 2013-2017年中国商用车行业产值和GDP增长率比较

图表 2013-2017年中国国内生产总值及增长速度

图表 2017年中国货物进出口总额及其增长速度

图表 2017年中国商品进出口贸易总额增长趋势图

图表 2017年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表 2017年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201906/18-299248.html>