

商用车行业发展分析及发展战略与市场策略研究报告(2024-2029版)

报告简介

据中国汽车工业协会统计分析，2021年商用车市场的波动主要是由于重型柴油车国六排放法规切换所导致的需求波动，国五产品在购置成本和使用成本方面都低于国六产品，因此市场更青睐于国五产品。此外，“蓝牌轻卡”政策预期带来的消费观望、房地产开发行业较冷等因素也加剧了商用车市场下行的压力。

2021年12月，商用车产销38万辆和36.4万辆，环比增长7.7%和10.5%，同比下降25.3%和20.1%。在商用车主要品种中，与11月相比，货车和客车产销均呈增长，客车增速更为明显;与2020年同期相比，货车和客车产销依然呈较快下降。2021年，商用车产销467.4万辆和479.3万辆，同比下降10.7%和6.6%，结束了2020年快速增长趋势。在商用车主要品种中，与2020年同期相比，客车产销呈较快增长，货车产销均呈下降。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国商用车行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国商用车行业发展状况和特点，以及中国商用车行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球商用车行业发展态势作了详细分析，并对商用车行业进行了趋向研判，是商用车行业材料生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前商用车行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 商用车行业发展综述

第一节 商用车行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 商用车行业环境分析

一、商用车行业经济环境分析

1、国内生产总值增长情况

2、工业生产平稳增长，新产业增长较快

3、市场销售平稳较快增长

4、居民消费价格温和上涨，工业生产者价格涨幅回落

二、商用车行业政治环境分析

1、商用车行业监管体制分析

2、商用车行业产业政策分析

3、商用车行业发展规划分析

三、商用车行业技术环境分析

第三节 2019-2023年中国商用车产业政策分析

一、行业政策环境综述

二、2019-2023年我国节能与新能源汽车政策盘点

第四节 中国商用车行业发展swot分析

一、中行业发展的有利因素分析

二、行业发展的不利因素分析

三、行业发展面临机遇分析

四、行业发展面临挑战分析

第二章 中国商用车行业运行现状分析

第一节 我国商用车行业发展状况分析

一、我国商用车行业发展历程和阶段

二、我国商用车行业发展现状

三、我国商用车行业发展存在的问题及对策

四、我国商用车行业商业模式分析

五、中国商用车行业市场发展前景度分析

六、2019-2023年中国商用车行业市场发展规模分析

第二节 中国商用车行业市场发展分析

一、2019-2023年中国商用车行业市场主要指标分析

1、中国商用车行业产量分析

2、中国商用车行业销量分析

二、2019-2023年中国商用车行业进出口分析

第三节 中国商用车品牌销售情况分析

一、汽车十大品牌销量排名

二、分品牌汽车销量前十排名

第三章 商用车行业市场分析

第一节 商用车行业市场发展概况分析

一、商用车的概念及分类

二、商用车行业发展特点及变化趋势

三、商用车行业商业模式分析

第二节 商用车行业运行现状分析

一、商用车产销量分析

二、商用车行业利润总额分析

三、2019-2023年商用车市场政策分析

第三节 客车市场分析

一、客车市场发展态势

二、客车产销规模分析

1、客车产销量分析

2、客车分企业产销量分析

四、客车行业发展前景分析

第四节 货车市场分析

一、货车产销规模分析

1、货车产销量分析

2、货车分企业产销量分析

3、货车分品牌销量分析

二、货车行业发展前景分析

第五节 2019-2023年中国商用车细分市场分析

一、2019-2023年货车产销分析

1、2019-2023年中、重卡产销分析

2、2019-2023年轻卡产销分析

3、2019-2023年微卡产销分析

二、2019-2023年客车产销分析

1、2019-2023年大型客车产销分析

2、2019-2023年中型客车产销分析

3、2019-2023年小型客车产销分析

第四章 2019-2023年中国商用车行业区域发展分析

第一节 中国商用车市场区域结构分析

1、中国商用车行业区域发展结构分析

2、中国商用车行业产业集群分布

第二节 中国商用车行业市场区域分析

一、华北地区

1、商用车市场发展现状

2、各省市汽车生产企业分布

3、区域需求特点分析

二、东北地区

1、商用车市场发展现状

2、各省市汽车生产企业分布

3、区域需求特点分析

三、华南地区

- 1、商用车市场发展现状
- 2、各省市汽车生产企业分布
- 3、区域需求特点分析

四、华东地区

- 1、商用车市场发展现状
- 2、各省市汽车生产企业分布
- 3、区域需求特点分析

五、华中地区

- 1、商用车市场发展现状
- 2、各省市汽车生产企业分布
- 3、区域需求特点分析

六、西部地区

- 1、商用车市场发展现状
- 2、各省市汽车生产企业分布
- 3、区域需求特点分析

第五章 中国商用车行业产业链发展分析

第一节 中国商用车行业产业链结构分析

- 一、产业链结构分析
- 二、与上下游行业之间的关联性

第二节 中国商用车行业上游相关产业发展分析

- 一、钢铁行业发展状况
- 二、机械行业发展状况
- 三、橡胶行业发展状况

四、电子行业发展状况

第三节 中国商用车行业下游相关产业发展分析

一、汽车保险行业发展状况

二、汽车金融行业发展状况

三、汽车维修行业发展状况

四、汽车租赁行业发展状况

五、加油站行业发展状况

第四节 上下游行业影响及风险提示

第六章 中国商用车行业企业竞争结构分析

第一节 中国商用车行业波特分析

一、现有企业竞争

二、潜在进入者

三、供应商议价能力

四、客户议价能力

五、替代品威胁

第二节 中国商用车行业集中度分析

一、区域集中度分析

二、市场集中度分析

第三节 中国商用车行业代表性企业发展分析

一、北汽福田汽车股份有限公司

1、公司发展现状分析

2、2019-2023年公司经营情况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

二、中国重型汽车集团有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、2019-2023年公司经营情况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析

三、金杯汽车股份有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、2019-2023年公司经营情况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析

四、长城汽车股份有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、2019-2023年公司经营情况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析

五、重庆长安汽车股份有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、2019-2023年公司经营情况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析

六、中通客车股份有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、2019-2023年公司经营情况分析
- 3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

七、宇通客车股份有限公司

1、公司发展现状分析

2、2019-2023年公司经营况况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

八、扬州亚星客车股份有限公司

1、公司发展现状分析

2、2019-2023年公司经营况况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

九、陕汽集团商用车有限公司

1、公司发展现状分析

2、2019-2023年公司经营况况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

十、安徽江淮汽车集团股份有限公司

1、公司发展现状分析

2、2019-2023年公司经营况况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

第七章 中国商用车行业发展前景展望

第一节 商用车行业发展前景及趋势分析

一、商用车行业发展驱动性因素分析

二、商用车行业发展前景

三、商用车行业发展趋势分析

第二节 商用车细分行业发展前景展望

一、2022年货车发展前景

1、中重卡

(1)政策对中重型货车的需求促进

(2)新能源重卡成为市场的一大增长点

(3)未来重卡销量的周期性将减弱

2、轻卡

(1)中高端轻卡进一步成为主流产品

(2)专用化进一步成为发展新趋势

(3)未来轻型卡车的智能化发展

3、未来国内微卡的需求或受皮卡挤压

二、2022年客车发展前景

第二节 商用车行业投资特性分析

一、商用车行业进入壁垒分析

二、商用车行业盈利模式分析

三、商用车行业盈利因素分析

第三节 商用车行业风险提示

一、政策风险

二、市场竞争加剧风险

三、经济周期性波动风险

五、新产品开发风险

六、关联产业风险

七、关键原材料价格波动风险

八、国际贸易政策风险

九、美国贸易政策风险

第四节 中国商用车行业市场前景预测

一、2024-2029年中国商用车保有量预测

二、2024-2029年中国商用车行业需求规模预测

第八章 中国商用车行业发展战略研究

第一节 商用车市场发展潜力分析

第二节 商用车行业发展趋势分析

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、我商用车国企业的品牌战略

五、商用车品牌战略管理的策略

第五节 中国商用车行业主要投资建议

第九章 企业快速做大市场策略探讨与建议

第一节 企业快速做大市场规模的策略

- 一、真正了解消费者的需求
- 二、给产品的品牌做清晰定位
- 三、产品目标市场定位
- 四、消费者购买的产品原因
- 五、广告口号能否打动消费者
- 六、品牌传播
- 七、产品和品牌的营销策划

第二节 商用车行业快速做大的战略性渠道建设着力点

- 一、企业自身营销资源和营销战略的分析
- 二、分析目标市场的特点和渠道功能的发挥机制
- 三、根据不同产品阶段特点提出解决预案
- 四、制定渠道建设的政策
- 五、提高行业渠道核心竞争力的途径
 - 1、渠道认知与开拓阶段的推广政策
 - 2、渠道巩固与发展阶段的推广政策
 - 3、渠道维护与稳定阶段的推广政策

第三节 商用车企业做大市场规模营销推广策略

- 一、品牌定位是营销策划的方向
- 二、找准产品的核心消费群体
- 三、要了解目标消费者需求的关节点
- 四、广告口号能够触动消费者
- 五、产品包装设计要有策略指导
- 六、价格定位要合理

七、通过终端传播建立和提升品牌

八、在营销的每个环节都做到最好

图表目录

图表：商用车行业产业链分析

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及构成

图表：2019-2023年社会消费品零售总额增速

图表：2019-2023年人口数及其构成

图表：2019-2023年全球商用车产量规模

图表：2019-2023年客车销量

图表：2019-2023年货车销量

图表：2019-2023年中国商用车厂商销量排行

图表：2019-2023年商用车销量top10城市

图表：2019-2023年12月汽车生产企业前十家销量排名

图表：2019-2023年12月商用车生产企业前十家销量排名

图表：2019-2023年12月商用车生产企业前十家销量排名

图表：2019-2023年月度商用车销量及同比

图表：2019-2023年商用车月度销量

图表：2019-2023年新能源汽车月度销量

图表：东北地区汽车生产企业分析

图表：2019-2023年华东地区商用车(豪华、合资)占比

图表：2019-2023年商用车各品牌销量占比

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20220422/256508.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)