

中国商用车行业市场深度分析及发展潜力与投资价值研究报告(2024-2029版)

报告简介

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。

我国商用车产业发展正处在转型升级的关键阶段。我国商用车产业起步早、发展时间较长, 是汽车工业最早进行重点突破的产品领域。多年来, 我国商用车企业在自主创新中不断发展, 已经建立了覆盖全产业链的研发、制造、销售、服务体系, 形成了种类相对齐全、配套相对完整的产业体系。随着改革开放持续深入, 尤其是进入新世纪, 通过市场竞争、体制改革、合资合作、技术引进、自主创新发展以及在国家政府的大力支持下, 我国商用车企业逐渐做大做强, 在传统燃油市场、LNG(液化天然气)燃料市场形成了一定竞争优势, 在新能源商用车发展方面取得重要进展, 市场由培育期逐步进入成长期。中国商用车不仅在国内市场长期占据主流地位, 而且还迈开脚步、走向世界, 许多企业销售拓展到国外, 逐步成长为全球化企业。当前, 我国商用车产业正处在转型升级和高质量发展的关键时期。商用车市场向着更加节能减排、安全、环保、高效方向发展, 整体市场将呈现创新技术、多元模式、精细运营的趋势。

目前, 我国商用车市场稳定发展, 预计未来十年将保持基本稳定和小幅增长态势。我国商用车市场结束高速增长态势, 现有厂家众多, 产能远大于市场需求, 没有规模和技术优势的企业将逐步被淘汰, 再加上国际竞争加剧等因素影响, 行业集中度不断提高, 预计最终将形成10家左右的国际化商用车集团。伴随商用车消费升级, 我国商用车产品动力、产品可靠性、产品安全不断提升, 个性化需求增加, 定制化产品将成为未来发展方向。

2021年, “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加剧了商用车市场下行的压力, 全年商用车产量为467.4万辆, 同比下降10.7%。

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、国家商务部、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料, 首先分析了国内外商用车的发展, 接着对中国市场运营状况进行了细致的透析, 然后具体介绍了细分市场的发展。随后, 报告对商用车行业相关企业经营、行业竞争格局等进行了重点分析, 最后分析了商用车行业发展趋势并提出投融资建议。本报告数据权威、详实、丰富, 同时通过专业的分析预测模型, 对商用车行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对商用车行业有系统深入的了解、或者想进行行业投资, 本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一章 商用车行业发展概述

第一节 商用车行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国商用车行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国商用车行业宏观环境分析 (pest)

第一节 中国商用车行业政策(policy)环境分析

一、商用车行业监管体系及机构介绍

1、商用车行业主管部门

2、商用车行业自律组织

二、商用车行业标准体系建设现状

1、商用车标准体系建设

2、商用车现行标准汇总

3、商用车即将实施标准

4、商用车重点标准解读

三、商用车行业发展相关政策规划汇总及解读

1、商用车行业发展相关政策汇总

- 2、商用车行业发展相关规划汇总
- 四、商用车行业相关“十四五”规划解读
 - 1、规划内容(商用车主要内容)
 - 2、对商用车影响分析
- 五、“碳中和、碳达峰”愿景对商用车行业的影响分析
- 六、政策环境对商用车行业发展的影响分析
- 第二节 中国商用车行业经济(economy)环境分析
 - 一、中国宏观经济发展现状
 - 二、中国宏观经济发展展望
 - 三、中国商用车行业发展与宏观经济相关性分析
- 第三节 中国商用车行业社会(society)环境分析
- 第四节 中国商用车行业技术(technology)环境分析
- 第三章 中国商用车行业发展现状
 - 第一节 中国商用车行业发展分析
 - 一、中国商用车行业发展历程
 - 二、我国商用车行业发展特点分析
 - 三、中国商用车行业发展面临问题
 - 四、中国商用车行业发展趋势分析
 - 第二节 中国商用车行业运行分析
 - 一、商用车行业运行规模分析
 - 二、商用车行业运营状况分析
 - 第三节 中国商用车行业竞争分析
 - 一、商用车细分市场之间的竞争
 - 二、各类商用车内部竞争
- 第四章 中国商用车行业市场发展分析及预测

第一节 2019-2023年中国商用车行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

第二节 2019-2023年中国商用车价格走势及影响因素分析

一、2024-2029年商用车未来价格走势预测

二、商用车市场价格区域性影响因素分析

第三节 对中国商用车市场的分析及思考

一、商用车市场分析

二、商用车市场变化的方向

三、中国商用车产业发展的新思路

四、对中国商用车产业发展的思考

第四节 2024-2029年商用车行业市场发展预测

一、2024-2029年商用车行业市场竞争研判

二、2024-2029年商用车行业市场发展趋势

第五章 2022年中国商用车行业营销渠道分析

第一节 商用车销售渠道分类及对比

一、商用车行业销售渠道分类

二、商用车行业渠道优劣对比

三、2022年商用车营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对商用车行业的影响

第三节 主要商用车企业渠道策略研究

第六章 商用车行业主要品牌分析

第一节 商用车行业品牌构成

第二节 主要品牌区域市场占有率分析

第三节 品牌满意度分析

第七章 商用车行业上、下游产业链分析

第一节 商用车行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 商用车上游行业分析

一、商用车成本构成

二、2019-2023年上游行业发展现状

三、2024-2029年上游行业发展趋势

四、上游行业对商用车行业的影响

第三节 商用车下游行业分析

一、商用车下游行业分布

二、2019-2023年下游行业发展现状

三、2024-2029年下游行业发展趋势

四、下游需求对商用车行业的影响

第八章 商用车行业区域市场调研

第一节 华北地区商用车市场调研

一、华北地区商用车市场规模分析

二、华北地区商用车市场竞争现状分析

三、华北地区商用车市场需求特征分析

四、华北地区商用车市场趋势预测分析

第二节 东北地区商用车市场调研

一、东北地区商用车市场规模分析

二、东北地区商用车市场竞争现状分析

三、东北地区商用车市场需求特征分析

四、东北地区商用车市场趋势预测分析

第三节 华东地区商用车市场调研

一、华东地区商用车市场规模分析

二、华东地区商用车市场竞争现状分析

三、华东地区商用车市场需求特征分析

四、华东地区商用车市场趋势预测分析

第四节 华中地区商用车市场调研

一、华中地区商用车市场规模分析

二、华中地区商用车市场竞争现状分析

三、华中地区商用车市场需求特征分析

四、华中地区商用车市场趋势预测分析

第五节 华南地区商用车市场调研

一、华南地区商用车市场规模分析

二、华中地区商用车市场竞争现状分析

三、华南地区商用车市场需求特征分析

四、华南地区商用车市场趋势预测分析

第六节 西部地区商用车市场调研

一、西部地区商用车市场规模分析

二、西部地区商用车市场竞争现状分析

三、西部地区商用车市场需求特征分析

四、西部地区商用车市场趋势预测分析

第九章 商用车重点企业分析

第一节 上海汽车集团股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 安徽安凯汽车股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第三节 厦门金龙汽车集团股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第四节 东风汽车集团有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第五节 重庆长安汽车股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业主要发展指标分析
- 三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 一汽解放汽车有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 安徽江淮汽车集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 江铃汽车股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 北汽福田汽车股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 扬州亚星客车股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章 中国商用车行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国商用车行业投资、兼并与重组状况

一、中国商用车行业投资现状分析

1、中国商用车行业投资主体分析

2、中国商用车行业投资切入方式

3、中国商用车行业投资规模分析

4、中国商用车行业成功投资案例

二、中国商用车行业兼并与重组状况

第二节 中国商用车行业波特五力模型分析

一、商用车行业现有竞争者之间的竞争状况

二、商用车行业关键要素的供应商议价能力分析

三、商用车行业消费者议价能力分析

四、商用车行业潜在进入者分析

五、商用车行业替代品风险分析

六、商用车行业竞争情况总结

第三节 中国商用车行业市场格局及集中度分析

一、中国商用车行业市场竞争格局

二、中国商用车行业市场集中度分析

第四节 中国商用车企业发展状况分析

一、商用车企业主要类型

二、商用车企业资本运作分析

三、商用车企业国际竞争力分析

第五节 商用车行业竞争趋势分析

一、商用车行业未来竞争格局和特点

二、国内商用车企业竞争能力提升途径

第十一章 中国商用车市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国商用车行业经营效益分析

一、中国商用车行业营收状况

二、中国商用车行业利润水平

二、中国商用车行业成本管控

第二节 中国商用车行业商业模式分析

第三节 中国商用车行业市场痛点分析

第四节 中国商用车产业结构优化与转型升级发展路径

第五节 中国商用车产业结构优化与转型升级发展布局

第十二章 中国商用车行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2024-2029年商用车行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2024-2029年商用车行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国商用车行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国商用车行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国商用车产业链布局诊断

第二节 中国商用车行业swot分析

第三节 中国商用车行业发展潜力评估

第四节 中国商用车行业发展前景预测

第五节 中国商用车行业发展趋势预判

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 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

第二节 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

第三节 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、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：常见商用车车型列举

图表：中国商用车强制性国家标准(2022版)

图表：商用车行业发展相关政策汇总

图表：商用车行业发展相关规划

图表：2019-2023年中国商用车产销量(万辆)

图表：2019-2023年中国货车品牌cr10及市场份额top10情况

图表：2019-2023年中国客车品牌cr10及市场份额top10情况

图表：2019-2023年中国商业车产量(万辆)

图表：2019-2023年中国商用车销售量(万辆)

图表：2024-2029年中国商用车销量预测(万辆)

图表：2022年中国商用车主要品牌销量市占率(销量：万辆)

图表：华北地区需求市场

图表：中型货车主要华东市场

图表：2019-2023年华南区域各类车型销售情况

图表：2022年前华南地区新能源物流车top10畅销车型排名

图表：2022年前华南地区新能源物流车销量top10企业

图表：成都2022年新能源物流车车型分类

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：企业营收

图表：安索夫全矩阵图

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/20221201/308826.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)