

2020年中国救护车市场分析报告- 行业运营现状与未来商机预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国救护车市场分析报告-行业运营现状与未来商机预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/479638479638.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

面对新型冠状病毒肺炎，社会各界纷纷伸出了援助之手，汽车企业也位列其中。2月13日，华晨雷诺金杯捐赠的10台金杯救护车在工厂内整备完毕，交给沈阳市红十字会，支援疫情防控工作。其中5台为负压救护车，5台为普通救护车，作为防疫指挥保障专用车。从1月24日（大年三十）开始，华晨雷诺金杯就开始积极响应号召，紧急部署生产资源。2月5日，华晨雷诺金杯应急生产的第一批15台负压式救护车已下线，今天华晨雷诺金杯又捐助了10台救护车，为抗击疫情提供了重要保障。

我国救护车从60年代初开始建立、发展，先后经历了5个发展过程：

国内救护车行业的发展历程

时间

事件

60年代初

医用救护车生产企业开始建立，但只有山东新华医疗器械厂、上海救护车厂等少数几家单位，主要采用南汽NJ130底盘改装，年产量200-300辆，而且车内装备简陋，厢式车体内只有一副担架和药箱。

60年代末至70年代初

国内建立了一批专业的医疗汽车改装厂，并陆续开发了专用的救护车产品，尤其是卫生部投资、1972年新建的西北医疗设备厂，设备、物资和资金等条件都要优于其他企业，很快成为行业的佼佼者，企业一直延续至今，仍有一定影响力。

1985年-1979年

由天津医用车辆改装厂发起成立中国医用车辆经济联合体，除五家计划归口定点厂外，还有上海第二底盘厂、连云港市医疗器械厂（第(十)23号，LYG系列，花果山牌，现为中集圣达因）和贵阳医疗器械厂（第(二十三)04号，GYL系列，百花牌，已消亡）等企业参加。

1979年5月

根据总后勤部要求，3401工厂（燕京厂，整车第14号，后卖给中大集团，现已暂停资质）、7416工厂（松辽厂，整车第34号，资质卖给温州威马）与总后车船研究所、卫生装备研究生开始联合研制420型救护车，1982年8月，燕京厂YJ420和松辽厂SL420通过部级技术鉴定，小批量试生产、装备部队并投放市场，至此我国也有了自己的军用救护车。

1992年-至今

在国家医药管理局的支持下，以16家医用汽车定点企业为主体，组织成立了全国医用汽车企业联合体。同时，随着医疗行业的逐渐发展，其他系统的企业纷纷进入救护车改装领域，90年代中期便已达70余家企业。在计划经济和归口管理制度取消后，这一势头依然有增无减，因此救护车行业也形成了“品牌多、车型杂、缺标准、待规范”的局面，并持续到了新世纪。

数据来源：公开资料整理

我国救护车市场近年来虽然有所波动，但整体上趋稳，2017-2019年，我国救护车销量分别为6589辆、7870辆和7151辆，三年平均7200辆。而在5字头轻客类专用车中，救护车三年占比分别为6.6%、7.9%和7.7%。

2017-2019年我国救护车销量及专用车占比情况 数据来源：互联网

目前，我国救护车生产企业类型主要分为整车企业和改装车企两大类，在整车企业里，欧系轻客的江铃（JSV江铃改装）、上汽大通和南汽依维柯，日系轻客的北汽福田、华晨金杯和厦门金旅处于领先地位，这也是各自领域里的TOP5；在改装车企业中，湖北程力、石煤机和宁波凯福莱行业领先，其中凯福莱更是将“打造中国救护车第一品牌”作为自己的slogan。

2017-2019年轻客型救护车生产企业TOP20

排名

企业名称

销量

1

江铃改装

3820

2

北汽福田

3489

3

华晨金杯

2201

4

上汽大通

1115

5

程力

1084

6

石煤机

687

7

南汽

653

8

宁波凯福莱

643

9

金旅

514

10

湖南星通

482

11

宇通

470

12

珠海鹏宇

467

13

北方创业

460

14

青岛索尔

447

15

广东信源

425

16

襄阳九州

378

17

湖北俊浩

341

18

西安蓝港

286

19

西北医疗

282

20

沈航新星

281数据来源：公开资料整理

从总体市场发展情况来看，我国救护车行业依然呈现“头部集中、尾部较长”的分散竞争态势，虽然目前已颁布了多项行业规定，但这些问题依然没有得到本质更改。WYD

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国救护车市场分析报告-行业运营现状与未来商机预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国救护车行业发展概述

第一节 救护车行业发展情况概述

- 一、救护车行业相关定义
- 二、救护车行业基本情况介绍
- 三、救护车行业发展特点分析

第二节 中国救护车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、救护车行业产业链条分析

三、中国救护车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国救护车行业生命周期分析

一、救护车行业生命周期理论概述

二、救护车行业所属的生命周期分析

第四节 救护车行业经济指标分析

一、救护车行业的赢利性分析

二、救护车行业的经济周期分析

三、救护车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国救护车行业进入壁垒分析

一、救护车行业资金壁垒分析

二、救护车行业技术壁垒分析

三、救护车行业人才壁垒分析

四、救护车行业品牌壁垒分析

五、救护车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球救护车行业市场发展现状分析

第一节 全球救护车行业发展历程回顾

第二节 全球救护车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲救护车行业地区市场分析

一、亚洲救护车行业市场现状分析

二、亚洲救护车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲救护车行业市场前景分析

第四节 北美救护车行业地区市场分析

一、北美救护车行业市场现状分析

二、北美救护车行业市场规模与市场需求分析

三、北美救护车行业市场前景分析

第五节 欧盟救护车行业地区市场分析

一、欧盟救护车行业市场现状分析

二、欧盟救护车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟救护车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界救护车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球救护车行业市场规模预测

第三章 中国救护车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品救护车总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国救护车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国救护车产业社会环境发展分析

- 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、消费观念分析

第四章 中国救护车行业运行情况

第一节 中国救护车行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国救护车行业市场规模分析

第三节 中国救护车行业供应情况分析

第四节 中国救护车行业需求情况分析

第五节 中国救护车行业供需平衡分析

第六节 中国救护车行业发展趋势分析

第五章 中国救护车所属行业运行数据监测

第一节 中国救护车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国救护车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国救护车所属行业财务指标分析

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

第六章 2017-2020年中国救护车市场格局分析

第一节 中国救护车行业竞争现状分析

一、中国救护车行业竞争情况分析

二、中国救护车行业主要品牌分析

第二节 中国救护车行业集中度分析

一、中国救护车行业市场集中度分析

二、中国救护车行业企业集中度分析

第三节 中国救护车行业存在的问题

第四节 中国救护车行业解决问题的策略分析

第五节 中国救护车行业竞争力分析

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

第七章 2017-2020年中国救护车行业需求特点与动态分析

第一节 中国救护车行业消费市场动态情况

第二节 中国救护车行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 救护车行业成本分析

第四节 救护车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国救护车行业价格现状分析

第六节 中国救护车行业平均价格走势预测

一、中国救护车行业价格影响因素

二、中国救护车行业平均价格走势预测

三、中国救护车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国救护车行业区域市场现状分析

第一节 中国救护车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区救护车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区救护车市场规模分析

四、华东地区救护车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区救护车市场规模分析

四、华中地区救护车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区救护车市场规模分析

四、华南地区救护车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国救护车行业竞争情况

第一节 中国救护车行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国救护车行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国救护车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 救护车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国救护车行业发展前景分析与预测

第一节 中国救护车行业未来发展前景分析

一、救护车行业国内投资环境分析

二、中国救护车行业市场机会分析

三、中国救护车行业投资增速预测

第二节 中国救护车行业未来发展趋势预测

第三节 中国救护车行业市场发展预测

一、中国救护车行业市场规模预测

二、中国救护车行业市场规模增速预测

三、中国救护车行业产值规模预测

四、中国救护车行业产值增速预测

五、中国救护车行业供需情况预测

第四节 中国救护车行业盈利走势预测

一、中国救护车行业毛利润同比增速预测

二、中国救护车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国救护车行业投资风险与营销分析

第一节 救护车行业投资风险分析

一、救护车行业政策风险分析

二、救护车行业技术风险分析

三、救护车行业竞争风险分析

四、救护车行业其他风险分析

第二节 救护车行业企业经营发展分析及建议

一、救护车行业经营模式

二、救护车行业销售模式

三、救护车行业创新方向

第三节 救护车行业应对策略

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

第十三章 2021-2026年中国救护车行业发展战略及规划建议

第一节 中国救护车行业品牌战略分析

一、救护车企业品牌的重要性

二、救护车企业实施品牌战略的意义

三、救护车企业品牌的现状分析

四、救护车企业的品牌战略

五、救护车品牌战略管理的策略

第二节 中国救护车行业市场重点客户战略实施

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

第三节 中国救护车行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国救护车行业发展策略及投资建议

第一节 中国救护车行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国救护车行业定价策略分析

第三节 中国救护车行业营销渠道策略

一、救护车行业渠道选择策略

二、救护车行业营销策略

第四节 中国救护车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国救护车行业重点投资区域分析
- 二、中国救护车行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/479638479638.html>