

中国商用车产业竞争态势与投资前景分析报告（2012-2016）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国商用车产业竞争态势与投资前景分析报告（2012-2016）》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/131233131233.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

据中国汽车工业协会提供，2011年，商用车产销分别为393.36万辆和403.27万辆，同比下降9.94%和6.31%，在商用车各车型中，除客车产销保持增长外，其他各车型产销增幅均下降，其中半挂牵引车产销下降最为明显。具体各车型产销情况：客车产销39.84万辆和40.34万辆，同比增长11.07%和13.25%；货车产销265.38万辆和270.19万辆，同比下降7.04%和4.57%；半挂牵引车产销24.43万辆和25.76万辆，同比下降32.61%和27.37%；客车非完整车辆产销8.42万辆和8.45万辆，同比下降5.01%和2.76%；货车非完整车辆产销55.29万辆和58.53万辆，同比下降21.35%和13.31%。

中国报告网发布的《中国商用车产业竞争态势与投资前景分析报告（2012-2016）》共十三章。首先介绍了中国商用车行业市场发展环境、中国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，然后介绍了中国商用车市场竞争格局。随后，报告对中国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。

第一章 全球商用车行业市场分析

第一节 2012年全球商用车产品市场动态研究

- 一、全球商用车产品市场特征分析
- 二、全球商用车产品市场供需监测研究
- 三、全球商用车产品价格走势分析

第二节 2012年全球主要区域商用车市场运行形势透析

- 一、亚洲
- 二、欧洲
- 三、北美地区
- 四、其它主要区域

第三节 2012年全球主要国家商用车市场深度局势分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国
- 四、其他国家

第四节 2012-2016年全球商用车产品市场发展趋势预测解析

第二章 中国商用车行业市场发展环境分析

第一节 国内商用车经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国商用车经济发展预测分析

第二节 中国商用车行业政策环境分析

第三章 中国商用车品牌市场调研分析

第一节 2012年中国商用车行业市场供需状况

- 一、商用车行业市场供给情况
- 二、商用车行业需求分析
- 三、商用车行业需求特点研究

第二节 2012年中国商用车产品主要经销方式深度探讨

- 一、2012年中国商用车产品市场批发分析
- 二、2012年中国商用车产品加盟商（代理）
- 三、2012年中国商用车产品自主经营分析

第四章 中国商用车产品市场品牌竞争力评估

第一节 2012年中国商用车品牌市场运行走势分析

- 一、中国商用车品牌竞争对手商铺、商场监测数据
- 二、中国商用车品牌排名实地调研结果
- 三、中国商用车产品相关联行业或产品情况

第二节 2012年中国商用车产品主要品牌动态关注

- 一、商用车品牌销售额前十名排名情况
- 二、商用车品牌竞争力前十名排名情况
- 三、商用车品牌市场份额前十名排名情况
- 四、商用车品牌发展潜力前十名排名情况

第三节 2012年中国商用车产品市场销售策略探讨

第五章 中国商用车产品销售渠道及盈利模式调研

第一节 2012年商用车产品销售渠道特征分析

第二节 2012年商用车产品经销模式研究

- 一、紧密销售渠道
- 二、主体销售渠道
- 三、松散型销售渠道
- 四、辅助型销售渠道

第三节 2012年商用车产品销售渠道管理基本要素分析

- 一、渠道成员组成及其作用

二、渠道结构类型及其特点

第四节 2012年商用车产品销售渠道控制五力模型研究

一、报酬力

二、强制力

三、合法权力

四、专业知识力

五、参照力

第六章 中国商用车市场消费者偏好深度实地调查

第一节 中国商用车消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、2011-2012年消费者信心指数分析

第二节 中国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、2011-2012年商用车品牌市场消费需求分析

第三节 中国商用车消费市场状况分析

一、商用车行业消费特点

二、商用车消费者分析

三、商用车消费结构分析

四、商用车消费的市场变化

五、商用车市场的消费方向

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五节 中国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结果

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结果

第七章 2009-2011年中国商用车制造行业数据分析

第一节 2009-2011年中国商用车行业总体数据分析

一、2009年中国商用车行业全部企业数据分析

二、2010年中国商用车行业全部企业数据分析

三、2011年中国商用车行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国商用车行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国商用车行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国商用车行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国商用车行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国商用车行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国商用车行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国商用车行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国商用车行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国商用车产品主要区域分析

第一节 华北地区市场分析

第二节 华中地区市场分析

第三节 华东地区市场分析

第四节 华南地区市场分析

第五节 西南地区市场分析

第六节 东北地区市场分析

第七节 西北地区市场分析

第九章 中国商用车产品市场竞争格局热点观察

第一节 2012年中国商用车产品竞争现状分析

一、商用车产品市场竞争力分析

二、商用车产品价格竞争分析

三、商用车产品成本竞争分析

第二节 2012年中国商用车产品集中度分析

一、商用车产品市场集中度分析

二、商用车产品区域集中度分析

第三节 2012年中国商用车产品重点城市竞争分析

第四节 2012年中国商用车产品提升竞争力策略分析

第十章 中国商用车企业调研分析

第一节 企业1

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第十一章 2012-2016年中国商用车产品市场营销面临的机遇与挑战分析

第一节 2012-2016年中国商用车产品市场营销面临的机遇

第二节 2012-2016年中国商用车产品市场营销面临的问题

第三节 2012-2016年中国商用车产品企业应对挑战的策略研究

第十二章 2012-2016年中国商用车产品发展趋势与投资策略分析

第一节 2012-2016年中国商用车产品发展趋势预测分析

一、2012-2016年中国商用车产品供给预测分析

二、2012-2016年中国商用车产品需求预测分析

三、2012-2016年中国商用车产品竞争格局展望预测

第二节 2012-2016年中国商用车产品市场盈利预测研究

一、资产利润率走势预测

二、销售利润率走势预测

三、成本费用利润率走势预测

第三节 2012-2016年中国商用车产品投资策略专家研究

第十三章 2012-2016年中国商用车产品项目投资可行性分析

第一节 2012-2016年中国商用车产品投资吸引力分析

一、产品盈利水平研究

二、市场竞争者数量调查

三、市场信息透明度分析

四、国家政策支持情况

第二节 2012-2016年中国商用车产品投资风险研究

一、中国商用车产品进入壁垒研究

二、中国商用车产品投资风险及规避建议

图表目录（部分）：

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

《中国商用车产业竞争态势与投资前景分析报告（2012-2016）》系统全面的调研了商用车的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/131233131233.html>