

中国轻卡产业专项调查与发展定位分析报告（2015-2020）

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《中国轻卡产业专项调查与发展定位分析报告（2015-2020）》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/201289201289.html>

报告价格：电子版: 7200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

在近年来风起云涌的中国汽车市场上，卡车无疑是一块举足轻重的战场，而在数量上占据中国卡车业半壁江山的轻型卡车，则是重中之重。在轻卡领域，表面上看起来，国内有大大小小40多家企业角逐其中，似乎是群雄并起，局面混沌，实际上，在深谙轻卡市场门道的业内人士看来，真正具有争霸实力的“种子选手”，只有北汽福田、江铃、庆铃、东风、一汽红塔、江淮、跃进等七家轻卡制造商。据有关统计，七家的生产集中度，目前已高达轻卡业的近90%。

可以肯定，加入世贸组织后外国汽车公司依然不能撼动中国轻卡业的根基，那么，中国轻卡市场华山论剑，七雄争霸的结果，必然是一位超拔人物横空出世，领袖群伦。真正吸引人的悬念恰恰是，谁将成为最终主宰中国轻卡市场王者？

轻卡市场“三段论”：得中端者得天下

长期以来，国内轻卡市场鲜有洋品牌介入，但这反而导致这个市场的厮杀更为惨烈。十几年前，一句“缺重少轻、轿车近乎空白”，成了当时中国汽车工业的最准确概括。同时，这样一句话也让不少人头脑发热，在国家严格控制轿车项目，而重型卡车准入门槛高、市场容量有限的情况下，各地蜂拥而起上马轻型车，困扰行业至今的“散、乱、差”问题由此愈演愈烈。轻卡业的竞争，近年来经数轮价格战，初步形成了轻卡市场七雄各霸一方的格局。

纵观轻卡市场，有专家以“三段论”概括，似乎想在分出轻卡市场的三六九等时，使制造商们安于自己的一亩三分地，从而维持某种平衡。其观点是，以产品而言，国内轻卡市场存在高中低三段：

高端市场：产品价格在6万至11万元。目标用户市场为全国各大省会为主体的中心城市，主要承担中心城市物流运输，车型以厢式车为主。当前，以庆铃、江铃为代表，其在技术上的共同特征是采用日本五十铃技术，尤其是典型采用了4JB1柴油发动机，也有少量的涡轮增压型和个别的汽油机。当然，“豪华”高端也是市场最
攀虎 獬

约占轻卡总销量的10%。

中端市场：中档轻卡产品，主体市场价格在4万至6万元，个别产品因配置不同可达7万元。该类车注重在中小城市及城乡结合部寻求发展空间。东风小霸王、一汽红塔、时代轻卡、跃进、江淮等是市场主力。在技术上以国产零部件为主，发动机多采用扬柴、朝柴等国产机。轻卡市场的最大容量由这一梯队的产品来实现。比如年销量已超10万辆的北汽福田公司，其大部分销量，就是依靠其得意品牌“时代轻卡”来实现的。

低端市场：价位在3万元以下的低端轻卡，虽然有很多厂家生产，但集中度不高。在此领域，较为知名的是烟台、轻骑、金杯、长安、北京等。该梯队的产品以区域市场和县级以下市场为主打目标，虽然价位低，但市场容量不俗。自然，所采用的发动机以农机口的480、485等低动力发动机为主。该梯队的产品，从严格意义上而言，是农用车的升级版。事实上，轻卡业逐鹿的关键在中档领域。无论从市场或技术而言，该段市场是适合现阶段国情的最

大市场，得中端者可得轻卡天下。

“市场细分”+“全系列战略”：决胜要靠跨越式发展

轻卡无论比之“业外”的轿车，还是比之“业内”的重卡，在技术层面上还是属于门槛较低的车种。因此，在核心技术不再成为难以逾越障碍的前提下，群雄们采用何种战略取胜，显得更为重要。

市场是瞬息万变的，又是最冷酷无情的，对于那些不审时度势，按照市场规律并以市场为导向行事的企业，市场都会给予打击。国内轻卡产品价位最高、以大量进口零部件保持品质，从而代表了国产轻卡最高品质形象的庆铃轻卡，近年来销势起伏颇大，尤其是去年江铃率先在价格上率先发难后，反映较为迟钝，加之未能及时与经销商协调，导致销量惨跌，被迫将高档轻卡的王座拱手让给了江铃。时至今日销售虽有可观增长，但依然难返王座。同时，庆铃倾力推出的MPV、重卡也得不到市场认可而连连受挫，从而给人以一种四处寻找“突围”之途而未得的印象。

与庆铃惺惺相惜的还有老资格的跃进轻卡，虽然销售总量还是“瘦死的骆驼比马大”，今年可望达到4万辆，但整体呈下滑趋势，业内的地位日渐式微。

不过，与庆铃、跃进相对比，更多的厂家还是在市场成功的基础上不断扩张：东风新改进了2002版小霸王，与“多利卡”互为帮衬，双拳出击，并建成了10万辆的生产能力；解放新推出了3吨王，区域市场效果显著；江铃依然保持相当的技术优势，并针对城市推出适用型新品；江淮虽然跟进较晚，但去年销量已突破5万辆，迅速跻入主流军团，并发挥了在底盘上的优势；北汽福田则在高“性能价格比”的比较优势下，全方位出击高中低三档轻卡，近年来已推出多达89种轻卡新品，尤其是今年5月新投放了高档的“奥铃”轻卡，使之产品结构更加丰富完善，今年销量将达到再创新纪录的16万辆。

北汽福田公司1998年底开始涉足汽车领域，1999年产销6.4万辆，一举跃居全国轻卡的产销首位；2000年产销8.2万辆，比国内轻卡第二、第三名的相加之和还多；2001年福田继续保持轻卡行业霸主的地位，年产销达到10.03万辆，市场占有率高达45%，将竞争对手远远地甩在

后面。福田创造了国内汽车业产销增长的最快纪录，令人刮目相看。2002年，福田轻卡仍然销势强劲。1~10月份，以“时代”、“奥铃”为主要产品，市场销售已达13.6万辆，“轻卡之王”的尊位今年仍然令竞争对手望尘莫及。“我们的产品很多，从0.5吨到30吨的全系列卡车，从皮卡、轻客到大客、SUV车”，福田公司的高层领导自信地说，“既能做到市场细分，同时又能满足各个细分市场的独特需求。”全方位“霸占”高中低端三段市场的全系列轻卡产品，难怪福田如此笃定从容了。

福田公司高层领导认为，计划经济时期轻卡企业都是不以市场为导向，而是以产品来定位市场及以企业来划分用户群体，如庆铃、跃进等，从而进行第一目标市场营销，这样，“有限目标用户”导致企业难以做大做强。而福田则不然，他们是全目标市场营销。他说：“福田之所以能迅速发展壮大为轻卡业的王者，就在于我们的轻卡战略更有优势，福田是中国惟

“一个有条件，并已实现了高中低档产品都规模化生产的轻卡生产商，于是，面向的用户群体也最多最普遍。”

以市场的延续性而言，有关专家指出，轻卡用户与时俱进地不断提升产品档次，成为当前国人建设更加充分完善的小康社会的现实需求。在此方面，福田完备的轻卡谱系，无疑在用户中建立了独一无二的比较优势。

不可否认，七家制造商是中国轻卡业的中流砥柱。但是，其中的发展策略、特别是在发展战略上的各异，殊途之下，也就不会同归。

中国报告网发布的《中国轻卡产业专项调查与发展定位分析报告（2015-2020）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

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 2013年世界卡车行业发展现状分析

1.1 2013年世界卡车行业总体运行态势分析

1.1.1 世界卡车市场需求状况分析

1.1.2 2013年世界汽车市场产销形势

1.2 2013年世界卡车行业主要地区发展情况分析

1.2.1 美国

1.2.2 巴西

1.2.3 英国

1.2.4 日本

1.3 2010-2014年世界卡车行业发展趋势分析

第二章 2013-2014年中国卡车行业运行环境分析

2.1 2013-2014年中国卡车行业经济环境分析

2.1.1 中国GDP分析

2.1.2 工业经济形势

2.1.3 固定资产投资

2.1.4 人口与消费

2.2 2013-2014年中国卡车行业政策环境分析

2.2.12013年中国汽车行业政策环境综述

2.2.22013年中国汽车行业出口政策分析

2.2.32013年中国汽车行业消费政策分析

2.2.42014年一季中国汽车行业政策环境分析

2.32013-2014年中国卡车行业社会环境分析

2.3.12013年中国公路建设情况统计分析

2.3.2 2013-2014年中国公路运输情况分析

2.3.3 中国公路运输发展趋势分析

2.3.4 2013-2014年中国物流行业发展分析

2.42013-2014年中国汽车工业产销形势分析

2.4.12013年中国汽车产销形势

2.4.22014年1-7月中国汽车工业产销形势

2.4.32014年中国汽车工业发展预测

第三章 2013-2014年中国卡车行业市场分析

3.1 2013年中国卡车产品市场产销分析

3.1.1 2013年中国卡车产品市场分析

3.1.2 2013年中国卡车企业格局分析

3.2 2013-2014年卡车整车产销态势分析

3.2.1 2013-2014年中国卡车整车总体产量

3.2.2 2013-2014年中国卡车整车细分产品产量

3.2.3 2013-2014年中国卡车整车总体销量

3.2.4 2013-2014年中国卡车整车细分产品销量

第四章 2013-2014年中国轻型卡车产销分析

4.1 中国轻型卡车行业综述

4.1.1中国轻卡定义及分类

4.1.2 中国轻卡行业发展历程

4.1.3 中国轻卡行业发展特点

4.1.4 中国轻卡行业需求变化趋势

4.2 2013-2014年中国轻卡市场分析

4.2.1 2005-2014年中国轻卡产量

4.2.2 2005-2014年中国轻卡细分产品产量

4.2.3 2005-2014年中国轻卡销量

4.2.4 2005-2014年中国轻卡细分产品销量

4.2.5 2013-2014年主要轻卡企业产销量

4.3 2013-2014年中国轻型卡车市场分析

4.3.1 轻卡产品竞争概况分析

4.3.2 轻卡五力竞争模型分析

4.3.3 2014年轻卡销量前十企业排名

4.4 2014年中国轻型卡车重要动态

4.4.1 2014年高端轻卡市场态势

4.4.2 2014年轻卡新产品集中上市

4.4.3 2014年轻卡发动机市场动态

4.4.4 2014年品牌高端轻卡竞争态势

第五章 2013-2014年中国载货汽车产量数据统计分析

5.1 2013-2014年中国轻卡产量集中度

5.1.1 2013-2014年中国轻卡生产区域结构

5.1.2 2013-2014年中国轻卡生产区域集中度

5.1.3 2013-2014年中国各省市轻卡产量排名

5.2 2013-2014年中国轻卡销量集中度

5.2.1 2013-2014年中国轻卡销售区域结构

5.2.2 2013-2014年中国轻卡销售区域集中度

5.2.3 2013-2014年中国各省市轻卡销量排名

5.3 2005-2014年中国重点省市轻卡产销分析

5.3.1 2014年北京市轻卡产销分析

5.3.2 2014年山东省轻卡产销分析

5.3.3 2014年安徽省轻卡产销分析

5.3.4 2014年湖北省轻卡产销分析

5.3.5 2014年重庆市轻卡产销分析

5.3.6 2014年河北省轻卡产销分析

5.3.7 2014年江西省轻卡产销分析

第六章 2008-2013年中国典型卡车企业财务数据分析

6.1 北汽福田汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.2 长城汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.3江西江铃汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.4东风汽车集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.5安徽江淮汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.6山东凯马汽车制造有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.7中国第一汽车集团公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.8南京汽车集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.9东安黑豹股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.10四川南骏汽车有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.11金杯汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

6.12重庆力帆汽车有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

第七章 2015-2020年中国轻卡行业发展前景预测分析

7.1 2015-2020年中国轻卡产品发展走向分析

7.1.1 轻卡行业发展趋势分析

7.1.2 轻型卡车技术发展趋势

7.2 2015-2020年中国轻卡市场发展走势分析

7.2.1 轻卡市场需求预测分析

7.2.2 轻卡市场供给预测分析

第八章 2015-2020年中国轻卡行业投资策略分析

8.1 2015-2020年中国轻卡行业投资机会分析

8.1.1 轻卡行业吸引力分析

8.1.2 轻卡市场增长动力分析

8.1.3 轻卡行业区域投资潜力

8.2 2015-2020年中国轻卡行业投资风险分析

8.2.1 宏观经济波动风险

8.2.2 市场竞争风险分析

8.2.3 技术风险分析

8.2.4 原材料风险分析

8.3 2015-2020年中国卡车行业投资策略分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/201289201289.html>