

# 2020-2026年中国商用车市场 评估与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国商用车市场评估与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/164278.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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。

4月，商用车产销保持增长。当月商用车产销完成39.8万辆比上月下降7.4%，比上年同期增长12.8%。高于汽车总体0.5，比上年同期分别提高6.9。

1-4月，商用车产销分别完成145.1万辆，产销量比上年同期增长6.4%。分车型产量情况看，客车产量完成14万辆，比上年同期增长6.4%；货车产销完成131.1万辆，产销量比上年同期增长6.4%，其中半挂牵引车产销比上年同期下降22.8%。

2017-2019年4月中国商用车产量走势

2014-2019年上半年我国商用车进口分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国商用车市场评估与行业前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国商用车行业市场发展环境、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，然后介绍了商用车市场竞争格局。随后，报告对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中国商用车行业，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。

报告目录：

第一部分行业现状

第一章中国商用车行业的概况

第一节 中国商用车的分类及特征

一、商用车的分类

二、商用车行业的特征

第二节 中国商用车行业发展历程与现状

一、商用车行业发展的历程

二、商用车行业技术现状

三、商用车行业发展现状

四、商用车行业地位和地位

## 第二章 2014-2019年世界商用车产业发展透析

### 第一节 2014-2019年世界商用车产业运营环境分析

#### 一、经济环境

#### 二、世界商用车产业发展现状

### 第二节 2014-2019年世界商用车行业发展总况

#### 一、产品差异化分析

#### 二、主流厂商技术领先

### 第三节 2014-2019年世界商用车重点国家及地区市场分析

#### 一、欧美

#### 二、日本

#### 三、巴西

## 第二部分市场发展分析

### 第三章 中国商用车行业市场发展环境分析

#### 第一节 中国宏观经济环境分析

##### 一、经济发展现状分析

##### 二、当前经济运行中的主要问题

##### 三、未来经济运行分析与政策展望

#### 第二节 中国商用车行业政策环境分析

##### 一、商用车行业监管体制

##### 二、商用车行业相关政策及法律法规分析

##### 三、商用车进出口相关政策分析

#### 第三节 中国商用车行业社会环境分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、文化环境分析

##### 三、生态环境分析

## 第四章 2014-2019年中国商用车市场供需调查分析

### 第一节 2014-2019年中国商用车市场供给分析

#### 一、产品市场供给

#### 二、影响供给的因素分析

## 第二节 2014-2019年中国商用车市场需求分析

### 一、产品市场需求

### 二、影响需求的因素分析

## 第三节 2014-2019年中国商用车产业发展存在问题分析

### 一、需求放缓，产能过剩

### 二、车企与经销商的利益关系不稳定

### 三、经销商恶性竞争

### 四、汽车价格混乱，营销方式单一

## 第五章 2015-2019年中国商用车产品市场进出口数据分析

### 第一节 2015-2019年中国商用车产品出口统计

#### 一、2016年出口情况

#### 二、2019年出口情况

#### 三、出口统计表

### 第二节 2015-2019年中国商用车产品进口统计

#### 一、2019年我国商用车进口情况

#### 二、2019年我国商用车进口情况

#### 三、进口统计表

### 第三节 2015-2019年中国商用车产品进出口价格对比

### 第四节 中国商用车产品进口主要来源地及出口目的地

#### 一、进口国相对集中

#### 二、出口目的地

## 第六章 2014-2019年中国商用车产量统计分析

### 第一节 2014-2019年全国商用车产量分析

### 第二节 2019年全国及主要省份商用车产量分析

### 第三节 2019年商用车集中度分析

#### 一、区域集中度分析

#### 二、企业集中度分析

#### 三、市场集中度

## 第七章 2014-2019年中国商用车产业主要数据监测分析

## 第一节 2014-2019年中国商用车行业规模分析

## 第二节 2014-2019年中国商用车行业结构分析

## 第三节 市场已经步入新一轮增长周期

## 第四节 重货和轻客表现最为突出

## 第八章 2014-2019年世界商用车重点厂商分析

### 第一节 戴姆勒股份公司

#### 一、企业概况

#### 二、商用车市场竞争力分析

#### 三、在华发展战略

### 第二节 man股份公司

#### 一、企业概况

#### 二、商用车市场竞争力分析

#### 三、在华发展战略

### 第三节 vanhool

#### 一、企业概况

#### 二、商用车市场竞争力分析

### 第四节 佩卡集团

#### 一、企业概况

#### 二、商用车市场竞争力分析

#### 三、在华发展战略

### 第五节 日本日野汽车公司

#### 一、企业概况

#### 二、商用车市场竞争力分析

#### 三、在华发展战略

### 第六节 irizar（伊利萨尔）

#### 一、企业概况

#### 二、商用车市场竞争力分析

#### 三、在华发展战略

## 第三部分 竞争格局分析

## 第九章 中国商用车产业重点企业竞争性财务数据分析

## 第一节 中国第一汽车集团公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、2019年经营分析

### 四、2014-2019年财务分析

## 第二节 东风汽车公司

### 一、企业概况

### 二、东风汽车集团股份公司的主要经济指标分析

### 三、2019年经营分析

### 四、2014-2019年财务分析

## 第三节 上海汽车工业（集团）总公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、2019年经营分析

### 四、2014-2019年财务分析

## 第四节 中国长安汽车集团股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、2019年经营分析

### 四、2014-2019年财务分析

## 第五节 中国重型汽车集团有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、2019年经营分析

### 四、2014-2019年财务分析

## 第六节 北汽福田汽车股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、2019年经营分析

### 四、2014-2019年财务分析

## 第七节 安徽江淮汽车股份有限公司

### 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2019年经营分析

四、2014-2019年财务分析

第八节 郑州宇通客车股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、2019年经营分析

四、2014-2019年财务分析

第四部分行业前景展望与投资

第十章 2020-2026年中国商用车市场投资潜力及趋势分析

第一节 2020-2026年中国商用车市场投资预测

一、中国商用车行业发展趋势

二、商用车产品技术的发展走向

三、商用车行业未来发展方向

第二节 2020-2026年中国商用车市场前景展望

一、中国商用车市场趋势预测

二、未来国家政策规划

三、2020-2026年中国商用车市场规模预测

第十一章 2020-2026年中国商用车市场投资潜力分析

第一节 2014-2019年中国商用车投资概况

一、中国商用车投资环境

二、商用车行业上游投资决定的产业整体规模

三、商用车产品市场投资热情

第二节 中国商用车产业投资模式分析

一、自行投资建设

二、合作投资

三、收购模式

四、参股现有企业

第三节 2020-2026年中国商用车投资机会分析

一、中国商用车投资吸引力分析



## 二、中国商用车产业投资潜力分析

### 第四节 2020-2026年中国商用车投资前景分析

#### 一、政策风险

#### 二、技术风险

#### 三、市场风险

#### 四、财务风险

#### 五、经营管理风险

## 第十二章结论及建议（）

### 第一节 营销分析与营销模式推荐

#### 一、渠道构成

#### 二、商用车市场营销分析

#### 三、商用车营销模式分析

#### 四、商用车行业的营销策略分析

### 第二节 多元化策略分析

#### 一、行业多元化策略研究

#### 二、现有竞争企业多元化业务模式

### 第三节 对我国商用车品牌的战略思考

#### 一、商用车实施品牌战略的意义

#### 二、我国商用车企业的品牌战略

##### 1、要树立强烈的品牌战略意识

##### 2、选准市场定位，确定战略品牌

##### 3、运用资本经营，加快开发速度

##### 4、利用信息网，实施组合经营

##### 5、实施规模化、集约化经营

#### 三、商用车品牌战略管理的策略（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164278.html>