

2012-2016年中国汽车差速 器总成行业研究及发展战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2012-2016年中国汽车差速器总成行业研究及发展战略咨询报告》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/201209/88568.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

汽车差速器是驱动桥的主件。它的作用就是在向两边半轴传递动力的同时，允许两边半轴以不同的转速旋转，满足两边车轮尽可能以纯滚动的形式作不等距行驶，减少轮胎与地面的摩擦。普通差速器由行星齿轮、行星轮架（差速器壳）、半轴齿轮等零件组成。发动机的动力经传动轴进入差速器，直接驱动行星轮架，再由行星轮带动左、右两条半轴，分别驱动左、右车轮。差速器的设计要求满足： $(\text{左半轴转速}) + (\text{右半轴转速}) = 2(\text{行星轮架转速})$ 。当汽车直行时，左、右车轮与行星轮架三者的转速相等处于平衡状态，而在汽车转弯时三者平衡状态被破坏，导致内侧轮转速减小，外侧轮转速增加。

汽车差速器行业发展与汽车行业息息相关。近年来，我国汽车行业发展迅猛，发展势头良好。随着我国公路建设规模的扩大、基础设施投资的增加以及国民收入水平的提高，商用车、乘用车的产销量将持续增长，未来五年内，中国整车产量的平均增长速度将保持13%以上，配套市场的平均增长率为15%以上；汽车售后市场将平均增长10%左右；出口市场将平均增长20%以上。汽车差速器行业拥有较大的市场空间。汽车差速器企业应该抓住世界产业大转移的历史机遇和挑战，找好定位，开发出有竞争力的产品，在建立现代企业制度的同时，把自己的产品推向国际市场，参与国际分工，为民族汽车工业发展做出自己的一份贡献。差速器企业的发展方向是立足于产品的质量，积极地与全球的采购商接洽，让我们优质的产品出口到世界各地。

从目前来看，我国差速器行业已经顺利完成了由小到大的转变，正处于由大到强的发展阶段。由小到大是一个量变的过程，科学发展观对它的影响或许仅限于速度和时间，但由大到强却是一个质变的过程，能否顺利完成这一蜕变，科学发展观起着至关重要的作用。然而，在这个转型和调整的关键时刻，提高汽车车辆差速器的精度、可靠性是中国差速器行业的紧迫任务。近年来年中国汽车差速器市场发展迅速，产品产出持续扩张，国家产业政策鼓励汽车差速器产业向高技术产品方向发展，国内企业新增投资项目投资逐渐增多。投资者对汽车差速器行业的关注越来越密切，这使得汽车差速器行业的发展需求增大。

中企顾问网发布的《2012-2016年中国汽车差速器总成行业研究及发展战略咨询报告》共十一章。首先介绍了中国汽车差速器总成行业的概念，接着分析了中国汽车差速器总成行业发展环境，然后对中国汽车差速器总成行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车差速器总成行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车差速器总成行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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

第一章 我国差速器总成行业与产品发展概况

第一节 产品定义

第二节 2011-2012年我国经济和社会环境分析

第三节 我国近期差速器总成产业政策分析

第四节 差速器总成上下游产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、产业链模型分析

第五节 差速器总成行业的“波特五力模型”分析

一、“波特五力模型”介绍

二、差速器总成产业环境的“波特五力模型”分析

第二章 我国差速器总成产品市场发展规模分析

第一节 差速器总成市场现状分析及预测

一、2011-2012年我国差速器总成市场规模分析

二、2012-2016年我国差速器总成市场规模预测

第二节 差速器总成产品产量分析及预测

一、2011-2012年我国差速器总成产量分析

二、2012-2016年我国差速器总成产量预测

第三节 差速器总成市场需求分析及预测

一、2011-2012年我国差速器总成市场需求分析

二、2012-2016年我国差速器总成市场需求预测

第四节 差速器总成价格趋势分析

一、2011-2012年我国差速器总成市场价格分析

二、2012-2016年我国差速器总成市场价格预测

第三章 中国差速器总成市场规模分析

第一节 2011-2012年中国差速器总成市场规模分析

第二节 2011年我国差速器总成区域结构分析

第三节 中国差速器总成区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

第四章 差速器总成市场品牌竞争分析

第一节 主要品牌市场份额分析

第二节 品牌集中度调查

- 一、产品产出的企业集中度
- 二、产品消费的品牌集中度

第三节 主要地区消费市场品牌构成调查

第五章 差速器总成市场品牌营销调查

第一节 营销模式调查

- 一、直销
- 二、代理经销
- 三、国际贸易
- 四、网络模式

第二节 销售终端竞争调查

- 一、广告宣传
- 二、促销活动
- 三、价格竞争

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格影响程度
- 二、购买方便的影响
- 三、广告的影响程度
- 四、包装的影响程度

第六章 2012-2016年差速器总成行业投资价值与投资策略分析

第一节 差速器总成行业投资价值分析

一、差速器总成行业发展前景分析

二、差速器总成行业盈利能力预测

第二节 差速器总成行业投资风险分析

一、政策风险

二、竞争风险

三、经营风险

第三节 差速器总成行业投资策略分析

一、市场定位

二、重点区域

第七章 市场预测及行业项目投资建议

第一节 差速器总成产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、整体产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第二节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

第三节 外销与内销优势分析

第四节 差速器总成项目投资建议

一、技术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、生产开发注意事项

四、销售注意事项

第八章 差速器总成行业重点企业分析

第一节 辽宁曙光汽车集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要产品介绍

三、2011-2012年企业经营分析

四、企业发展规划分析

第二节 江苏太平洋精锻科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要产品介绍

三、企业技术分析

四、2011-2012年企业经营分析

五、企业发展规划分析

第三节 开封宏达拨叉（集团）有限公司

一、企业简介

二、企业主要产品介绍

三、企业生产分析

第四节 天津丰津汽车传动部件有限公司

一、企业简介

二、企业主要产品介绍

三、企业生产分析

第五节 江西金菱差速器制造有限公司

一、企业简介

二、企业产品销售分析

第六节 长春解放汽车底盘有限公司

一、企业简介

二、企业主要产品介绍

第九章 差速器总成上下游行业发展分析

第一节 2011-2012年差速器总成上游行业发展分析

一、差速器总成上游行业概述

二、差速器总成上游市场分析

三、上游行业对差速器总成的影响

第二节 2011-2012年差速器总成下游行业发展分析

一、差速器总成下游行业概述

二、差速器总成下游市场分析

三、下游行业对差速器总成的影响

第三节 2011-2012年差速器总成中游市场分析

第十章 差速器总成设计分析

第一节 差速器概述

- 一、汽车差速器的发展现状
- 二、汽车差速器的功用及其分类
- 三、差速器设计相关数据说明

第二节 差速器的设计方案

- 一、差速器的方案选择及结构分析
- 二、差速器的工作原理

第三节 差速器非标准零件的设计

- 一、对称式行星齿轮设计计算
- 二、差速器行星齿轮轴的设计计算
- 三、差速器垫圈的设计计算

第四节 差速器标准零件的选用

- 一、螺栓的选用和螺栓的材料
- 二、螺母的选用何螺母的材料
- 三、差速器轴承的选用

第五节 差速器总成的装复和调整

- 一、差速器总成的装复
- 二、差速器的零部件的调整

第十一章 差速器总成行业发展战略研究

第一节 差速器总成行业发展战略研究

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
- 三、业务组合战略
- 四、营销战略规划
- 五、区域战略规划
- 六、企业信息化战略规划

第二节 差速器总成企业竞争策略分析

- 一、提高中国差速器总成企业核心竞争力的对策
- 二、影响差速器总成企业核心竞争力的因素
- 三、提高差速器总成企业竞争力的策略

第三节 对我国差速器总成品牌的战略思考

- 一、 差速器总成实施品牌战略的意义
- 二、 我国差速器总成企业的品牌战略
- 三、 差速器总成品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201209/88568.html>