

# 2020-2026年中国商用车市场深度评估与发展前景报告

## 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年中国商用车市场深度评估与发展前景报告》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/202005/164279.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，商用车销量保持增长。当月商用车销量完成40.4万辆，比上月17.1%，比上年同期13%。高于汽车总体1.5个百分点，比上年同期提高7.7个百分点。1-4月，商用车销量完成149万辆，产销量比上年同期增6.6%。分车型产销情况看，客车销量完成13.7万辆，比上年同期增长4.6%；货车产销135.3万辆，销量比上年同期增长6.8%，其中半挂牵引车产销比上年同期18%。2017-2019年4月中国商用车销量走势2014-2019年上半年我国商用车出口分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国商用车市场深度评估与发展前景报告》共十八章。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：

### 第一章 商用车市场调研的目的及方法

- 一、调研目的
- 二、调研方法

### 第二章 商用车市场调研的可行性及计划流程

- 一、商用车市场调研可行性
- 二、计划进度以及流程

### 第三章 商用车市场需求调研

- 一、商用车市场规模（需求量）

- 二、商用车细分需求领域调研
- 三、商用车细分需求市场份额调研
- 四、商用车细分需求市场饱和度调研
- 五、商用车替代行业影响力调研

#### 第四章商用车市场供给调研

- 一、商用车市场供给总量
- 二、商用车市场集中度
- 三、商用车产业集群

#### 第五章商用车产品价格调研

- 一、商用车价格特征分析
- 二、商用车主要品牌企业价位分析
- 三、商用车价格与成本的关系
- 四、商用车价格策略分析

#### 第六章商用车产品进出口调查分析

- 一、商用车产品出口分析
  - 1、我国商用车产品出口量额及增长情况
  - 2、商用车产品主要海外市场分布情况
  - 3、经营海外市场的主要商用车品牌
  - 4、国际经济形势对商用车产品出口影响的分析
- 二、商用车产品进口分析
  - 1、我国商用车产品进口量额及增长情况
  - 2、商用车进口产品的主要品牌
  - 3、影响商用车产品进口的因素

#### 第七章商用车市场竞争调研

- 一、技术竞争
- 二、原材料及成本竞争
- 三、产品定位竞争分析
- 四、区域市场竞争

- 五、品牌影响力
- 六、价格竞争
- 七、商用车产品主流企业市场占有率
- 八、影响商用车市场竞争格局的因素

## 第八章商用车市场渠道调研

- 一、商用车细分市场占领调研
- 二、商用车销售渠道调研
- 三、商用车销售体系建设调研

## 第九章商用车产品用户调研

- 一、用户对商用车产品的认知程度
- 二、商用车用户的关注因素
  - 1、功能
  - 2、产品质量
  - 3、价格
  - 4、产品设计
- 三、商用车目标消费者的特征

## 第十章商用车品牌调研

- 一、商用车品牌总体情况
- 二、商用车品牌传播
- 三、商用车品牌美誉度
- 四、代理商对商用车品牌的选择情况
- 五、主要城市市场对主要商用车品牌的认知水平
- 六、商用车广告

## 第十一章商用车重点细分区域调研

- 一、华东地区
  - 1、华东地区商用车发展现状
  - 2、华东地区商用车发展特征分析
  - 3、华东地区商用车发展趋势分析

## 二、华南地区

- 1、华南地区商用车发展现状
- 2、华南地区商用车发展特征分析
- 3、华南地区商用车发展趋势分析

## 三、东北地区

- 1、东北地区商用车发展现状
- 2、东北地区商用车发展特征分析
- 3、东北地区商用车发展趋势分析

## 四、华北地区

### 第十二章商用车产品重点企业调研

- 一、商用车企业核心竞争力调研
- 二、商用车企业市场综合影响力评价
- 三、商用车企业运营状况调研

### 第十三章国内主要商用车企业盈利能力比较分析

- 一、2008-2012年商用车所属行业利润分析
  - 1、2008-2012年商用车所属行业利润总额分析
  - 2、不同规模商用车企业的利润总额比较分析
  - 3、不同所有制商用车企业的利润总额比较分析
- 二、2008-2012年商用车所属行业销售毛利率分析
- 三、2008-2012年商用车所属行业销售利润率分析
- 四、2008-2012年商用车所属行业总资产利润率分析
- 五、2008-2012年商用车所属行业净资产利润率分析
- 六、2008-2012年商用车所属行业产值利税率分析

### 第十四章国内主要商用车企业成长性比较分析

- 一、2008-2012年商用车行业总资产增长分析
- 二、2008-2012年商用车行业净资产增长分析
- 三、2008-2012年商用车行业利润增长分析
- 四、2013-2019年商用车行业增长预测

## 第十五章国内主要商用车企业偿债能力比较分析

- 一、2008-2012年商用车所属行业资产负债率分析
- 二、2008-2012年商用车所属行业速动比率分析
- 三、2008-2012年商用车所属行业流动比率分析
- 四、2013-2019年商用车所属行业偿债能力预测

## 第十六章国内主要商用车企业营运能力比较分析

- 一、2008-2012年商用车所属行业总资产周转率分析
- 二、2008-2012年商用车所属行业应收帐款周转率分析
- 三、2008-2012年商用车所属行业存货周转率分析
- 四、2013-2019年商用车所属行业偿债能力预测

## 第十七章商用车产品市场风险调研

### 一、商用车市场环境风险

- 1、国际经济环境变化对商用车市场风险的影响
- 2、汇率变化对商用车市场风险的影响
- 3、宏观经济变化对商用车市场风险的影响
- 4、宏观经济政策对商用车市场风险的影响
- 5、区域经济变化对商用车市场风险的影响

### 二、商用车市场产业链上下游风险分析

- 1、上游行业对商用车市场风险的影响
- 2、下游行业对商用车市场风险的影响
- 3、其他关联行业对商用车市场风险的影响

### 三、商用车市场政策风险分析

- 1、商用车产业政策风险
- 2、商用车贸易政策风险
- 3、商用车环保政策风险
- 4、商用车区域经济政策风险
- 5、商用车其他政策风险

### 四、商用车市场风险分析

- 1、商用车市场供需风险
- 2、商用车价格风险

3、商用车行业竞争风险

五、商用车市场其他风险分析

第十八章商用车市场调研结论及发展策略建议（）

一、商用车市场调研结论

二、商用车营销策略

1、商用车企业价格策略

2、商用车企业渠道建设与管理策略

3、商用车企业促销策略

4、商用车企业服务策略

5、商用车企业品牌策略

三、商用车投资策略

1、商用车子行业投资策略

2、商用车区域投资策略

3、商用车产业链投资策略（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164279.html>