



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国商用车市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国商用车市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/285432.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

2010-2016年中国商用车（年度）产销量 年份 商用车产量（万辆） 商用车销量（万辆）

2010年 436.76 430.41 2011年 393.36 403.27 2012年 374.81 381.12 2013年 403.16
405.52 2014年 380.31 379.13 2015年 342.39 345.13 2016年 369.8 365.1

2016年，商用车产销分别完成369.8万辆和365.1万辆，同比分别增长了8.0%和5.8%，增幅进一步提高。分车型看，客车产销54.7万辆和54.3万辆，同比下降7.4%和8.7%；货车产销315.1万辆和310.8万辆，同比增长11.2%和8.8%。

12月商用车生产41.9万辆，环比增长12.4%，同比增长25.1%；销售38.5万辆，环比增长10.5%，同比增长12.1%。 2014-2016年中国商用车月度销量走势

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 行业运行现状 22

第一章 中国商用车行业发展概述 22

第一节 商用车行业发展情况 22

一、商用车定义 22

二、商用车行业发展历程 22

第二节 商用车产业链分析 28

一、产业链模型介绍 28

二、商用车产业链模型分析 29

第三节 2014-2016年中国商用车行业经济指标分析 29

一、赢利性 29

二、成长速度 29

三、附加值的提升空间 30

四、进入壁垒 / 退出机制 30

五、风险性 31

六、行业周期 33

七、竞争激烈程度指标 36

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 37

第二章 全球商用车市场发展分析 39

第一节 全球商用车市场发展情况分析 39

一、2014-2016年全球商用车市场发展分析 39

二、2014-2016年全球商用车市场统计分析 42

三、2014-2016年全球商用车市场发展分析 45

四、2014-2016年全球商用车市场销售分析 52

五、2014-2016年全球商用车厂商调查分析 53

第二节 世界主要国家商用车市场分析 58

一、2014-2016年美国商用车市场现状分析 58

二、2014-2016年欧洲商用车市场现状分析 59

三、2014-2016年日本商用车市场现状分析 64

四、2014-2016年韩国商用车市场现状分析 65

五、2014-2016年中东与非洲商用车市场分析 66

第三章 中国商用车市场运行分析 68

第一节 商用车行业市场发展基本情况 68

一、市场现状分析 68

二、市场规模分析 68

三、市场特点分析 69

四、市场技术发展状况 72

第二节 商用车行业技术研发情况 73

一、行业研发情况分析 73

二、竞争对手研发占投入比 74

第三节 行业市场工业总产值分析 76

一、2014-2016年市场工业总产值分析 76

二、2014-2016年不同规模企业工业总产值分析 76

三、2014-2016年不同所有制企业工业总产值比较 77

第四节 行业市场产品价格分析 77

一、2014年市场产品价格走势 78

二、2016年市场产品价格走势 78

三、2016年市场产品价格走势 79

四、2017-2022年产品价格趋势 79

第四章 中国商用车行业的国际比较分析 81

第一节 中国商用车市场发展情况分析 81

一、2014-2016年中国商用车市场发展分析 81

二、2014-2016年中国商用车市场统计分析 88

三、2014-2016年中国商用车市场发展分析 89

四、2014-2016年中国商用车细分市场分析 90

第二节 中国商用车行业的国际比较分析 92

一、中国商用车行业竞争力指标分析 92

二、国际商用车行业竞争力指标分析 94

三、中国商用车行业经济指标国际比较分析 94

第三节 全球商用车行业市场需求分析 95

一、市场规模现状 95

二、需求结构分析 95

三、重点需求客户 95

四、市场前景展望 96

第五章 中国商用车行业经济运行指标分析 97

第一节 2014-2016年中国商用车行业总体规模分析 97

一、企业数量结构分析 97

二、行业生产规模分析 98

第二节 2014-2016年中国商用车行业产销盈利分析 99

一、行业利润总额分析 99

二、行业产品销售收入总体分析 99

第三节 2014-2016年中国商用车行业财务指标总体分析 100

一、行业盈利能力分析 100

二、行业偿债能力分析 101

三、行业营运能力分析 101

四、行业发展能力分析 102

第二部分 市场供需 103

第六章 中国商用车行业生产现状分析 103

第一节 商用车行业生产分析 103

一、产品及原材料进口、自有比例 103

二、国内产品及原材料生产基地分布 105

三、产品及原材料产业集群发展分析 106

四、2014-2016年产品及原材料产能情况分析 107

第二节 商用车行业产能分析 107

一、2014-2016年商用车产能分析 107

二、2017-2022年商用车产能预测 108

第三节 商用车行业产量分析 108 2016年12月商用车产量统计表(辆) 指标名称 本月 完

成 本期止 累计 同期止 累计 比上月 增长% 比同期 增长% 比同期累 计增长% 商用

车总计 418743 3698050 3423899 12.38 25.07 8.01 其中:柴油汽车 304179 2670415

2410002 11.87 32.21 10.81 汽油汽车 74801 868067 889936 -4.23 -1.78 -2.46 普通混合

动力 22 273 2870 -89.16 -96.42 -90.49 插电式混合动力 3880 16500 18541 123.63 -15.89

-11.01 纯电动 31728 124039 70780 72.11 50.24 75.25 燃料电池 0 2 0 0 0 0 天然

气 4133 18754 31770 84.18 85.34 -40.97 其他替代燃料 0 0 0 0 0 0 其中:客车

56890 491709 520306 11.52 -8.4 -5.5 货车 261461 2405315 2242901 13.36 20.05 7.24

半挂牵引车 64183 398735 248436 11.54 205.26 60.5 客车非完整车辆 3017 55201 70567

-41.45 -47.12 -21.78 货车非完整车辆 33192 347090 341689 17.4 17.78 1.58

一、2014-2016年商用车产量分析 109

二、2017-2022年商用车产量预测 109

第四节 商用车行业市场供给分析 110

一、2014-2016年商用车生产规模现状 110

二、2014-2016年商用车产能规模分布 111

2016年全年,商用车累计产销369.81万辆和365.13万辆,同比分别累计增长8.01%和5.80%。销售情况分企业看,2016年全年总销量排名前十的商用车企业依次为:北汽福田、东风汽车公司、安徽江淮、上汽通用五菱、江铃控股、一汽集团、中国重汽、重庆力帆、重庆长安和金杯汽车。10家企业在2016年总共销售2542519辆,占全年商用车总销量3651273辆的69.63%。2016年我国商用车市场集中度

三、2014-2016年商用车市场价格走势 111

四、2014-2016年商用车重点厂商分布 111

五、2014-2016年商用车产供状况分析 112

第七章 商用车行业采购状况分析 113

第一节 商用车成本分析 113

一、2014-2016年原材料成本影响分析 113

二、2014-2016年劳动力供需及价格分析 113

三、2014-2016年其他方面成本走势分析 113

第二节 上游原材料价格与供给分析 113

一、主要原材料情况 113

二、2014-2016年主要原材料价格与供给分析 116

三、2017-2022年主要原材料市场变化趋势预测 119

第三节 商用车产业链的分析 119

一、行业集中度 119

二、主要环节的增值空间 119

三、行业进入壁垒和驱动因素 120

四、上下游行业影响及趋势分析 121

第八章 中国商用车市场供需分析 123

第一节 2014-2016年商用车市场需求分析 123

一、商用车行业需求市场 123

二、商用车行业客户结构 123

三、商用车企业市场走势 123

第二节 2014-2016年商用车市场供给分析 124

一、2014-2016年商用车市场供给分析 124

二、2017-2022年商用车市场供给预测 125

第三节 2017-2022年供求平衡分析及未来发展趋势 125

一、2017-2022年商用车行业的需求预测 125

二、2014-2016年商用车供求平衡分析 126

三、2017-2022年商用车供求平衡预测 126

第九章 区域市场情况深度研究 128

第一节 商用车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 128

一、华北大区市场分析 128

二、中南大区市场分析 128

三、华东大区市场分析 129

四、东北大区市场分析 129

五、西南大区市场分析 130

六、西北大区市场分析 130

第二节 商用车重点地区销售分析 131

一、商用车各地区对比销售分析 131

二、商用车东北地区销售分析 132

三、商用车华北地区销售分析 133

四、商用车华东地区销售分析 133

五、商用车中南地区销售分析 134

六、商用车西南地区销售分析 135

七、商用车西北地区销售分析 135

第三部分 行业竞争 137

第十章 商用车市场竞争格局分析 137

第一节 行业竞争结构分析 137

一、现有企业间竞争 137

二、潜在进入者分析 137

三、替代品威胁分析 137

四、供应商议价能力 137

五、客户议价能力 138

第二节 行业集中度分析 138

一、市场集中度分析 138

二、企业集中度分析 138

三、区域集中度分析 139

第三节 行业国际竞争力比较 139

一、生产要素 139

二、需求条件 140

三、相关和支持性产业 140

四、企业战略、结构与竞争状态 141

第四节 商用车企业竞争策略分析 141

一、竞争优势评价及构建建议 141

二、提高商用车企业核心竞争力的对策 143

三、影响商用车企业核心竞争力的因素及提升途径 143

第五节 商用车行业竞争格局分析 147

一、2016年商用车行业竞争分析 147

二、2016年国内外商用车竞争分析 147

三、2016年中国商用车市场竞争分析 147

四、2016年中国商用车市场集中度分析 148

五、2016年中国商用车竞争对手市场份额 149

第十一章 商用车行业产业结构分析 151

第一节 产业结构分析 151

一、市场细分充分程度的分析 151

二、各细分市场领先企业排名 152

三、各细分市场占总市场的结构比例 154

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 155

一、产业价值链的构成 155

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 155

第三节 产业结构发展预测 156

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析 156

二、产业结构调整中市场需求的引导因素 157

三、中国商用车行业参与国际竞争的战略市场定位 157

第十二章 前十大领先企业发展分析 159

第一节 一汽集团 159

一、企业概况 159

二、市场定位情况 161

三、市场占有份额情况 162

四、2014-2016年产能及占比 163

五、2014-2016年主要经营数据指标 163

六、2017-2022年公司发展战略分析 178

第二节 东风商用车公司 179

一、企业概况 179

二、市场定位情况 180

三、市场占有率情况 180

四、2014-2016年产能及占比 182

五、2014-2016年主要经营数据指标 182

六、2017-2022年公司发展战略分析 197

第三节 中国重汽 198

一、企业概况 198

二、市场定位情况 200

三、市场占有率情况 200

四、2014-2016年产能及占比 200

五、2014-2016年主要经营数据指标 202

六、2017-2022年公司发展战略分析 216

第四节 福田汽车 216

一、企业概况 216

二、市场定位情况 218

三、市场占有率情况 218

四、2014-2016年产能及占比 219

五、2014-2016年主要经营数据指标 220

六、2017-2022年公司发展战略分析 236

第五节 江淮汽车 237

一、企业概况 237

二、市场定位情况 239

三、市场占有率情况 239

四、2014-2016年产能及占比 239

五、2014-2016年主要经营数据指标 239

六、2017-2022年公司发展战略分析 254

第六节 宇通客车 255

一、企业概况 255

二、市场定位情况 258

- 三、市场占有率情况 258
- 四、2014-2016年产能及占比 258
- 五、2014-2016年主要经营数据指标 259
- 六、2017-2022年公司发展战略分析 273
- 第七节 金龙汽车 273
 - 一、企业概况 273
 - 二、市场定位情况 274
 - 三、市场占有率情况 274
 - 四、2014-2016年产能及占比 275
 - 五、2014-2016年主要经营数据指标 275
 - 六、2017-2022年公司发展战略分析 290
- 第八节 重庆长安 291
 - 一、企业概况 291
 - 二、市场定位情况 292
 - 三、市场占有率情况 293
 - 四、2014-2016年产能及占比 293
 - 五、2014-2016年主要经营数据指标 293
 - 六、2017-2022年公司发展战略分析 308
- 第九节 江铃汽车 310
 - 一、企业概况 310
 - 二、市场定位情况 312
 - 三、市场占有率情况 312
 - 四、2014-2016年产能及占比 312
 - 五、2014-2016年主要经营数据指标 313
 - 六、2017-2022年公司发展战略分析 326
- 第十节 四川一汽丰田 327
 - 一、企业概况 327
 - 二、市场定位情况 328
 - 三、2014-2016年产能及占比 328

第四部分 投资潜力 330

第十三章 2017-2022年商用车行业发展趋势及影响因素 330

第一节 商用车市场前景分析	330
一、商用车市场容量分析	330
二、商用车行业利好利空政策	331
三、商用车行业发展前景分析	333
第二节 商用车未来发展预测分析	333
一、中国商用车发展方向分析	333
二、2017-2022年中国商用车行业发展规模	335
三、2017-2022年中国商用车行业发展趋势预测	336
第三节 2017-2022年商用车行业供需预测	337
一、2017-2022年商用车行业供给预测	337
二、2017-2022年商用车行业需求预测	337
三、2017-2022年商用车行业进出口预测	338
第四节 影响企业生产与经营的关键趋势	338
一、市场整合成长趋势	338
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	339
三、企业区域市场拓展的趋势	339
四、科研开发趋势及替代技术进展	340
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势	346
六、中国商用车行业SWOT分析	346
第十四章 2017-2022年商用车行业投资方向与风险分析	349
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	349
第二节 产业发展的空白点分析	350
第三节 投资回报率比较高的投资方向	351
第四节 商用车行业投资潜力与机会	351
第五节 新进入者应注意的障碍因素	352
第六节 2017-2022年中国商用车行业投资风险分析	352
一、市场风险	352
二、技术风险分析	353
三、政策和体制风险	354
四、财务风险	355
五、经营管理风险	355

第十五章 行业发展环境与渠道分析 356

第一节 全国经济发展背景分析 356

- 一、2016年宏观经济数据分析 356
- 二、2016年宏观政策环境分析 375
- 三、“十二五”发展规划分析 380

第二节 主要城市发展背景分析 381

- 一、主要城市区域市场特点分析 381
- 二、主要城市社会经济现状分析 383
- 三、未来主要城市经济发展预测 384

第三节 竞争对手渠道模式 385

- 一、商用车市场渠道情况 385
- 二、商用车竞争对手渠道模式 386

第十六章 2017-2022年商用车行业市场策略分析 388 (AKLT)

第一节 消费者调查研究 388

- 一、消费者生活方式调查 388
- 二、未来社会人口生活水平 388
- 三、商用车消费者调查 390

第二节 营销分析与营销模式推荐 392

- 一、渠道构成 392
- 二、商用车市场营销分析 393
- 三、商用车营销模式分析 395
- 四、商用车行业的营销策略分析 397

第三节 多元化策略分析 399

- 一、行业多元化策略研究 400
- 二、现有竞争企业多元化业务模式 400

第四节 广告投放策略分析 401

- 一、行业广告投放现状分析 401
- 二、2014-2016年广告投放方式变化分析 401

第五节 对我国商用车品牌的战略思考 402

- 一、商用车实施品牌战略的意义 402

二、我国商用车企业的品牌战略 403

三、商用车品牌战略管理的策略 403

部分图表目录：

图表 1 商用车产业行业所处生命周期示意图 33

图表 2 行业生命周期、战略及其特征 35

图表 3 2015年世界各国商用车产量 42

图表 4 2015年欧洲商用车注册量（分市场） 62

图表 5 2011-2016年5月我国商用车行业规模分析 68

图表 6 2007-2016年5月我国汽车制造业工业销售产值分析 76

图表 7 2011-2016年5月我国不同规模汽车企业工业总产值分布 76

图表 8 2011-2016年5月我国不同所有制汽车企业工业总产值分布 77

图表 9 2008 ~ 2016年5月我国商用车月度销量及同比增速 89

图表 10 2005 ~ 2016年5月我国客车累计销售量及同比增速 90

图表 11 2005 ~ 2016年5月我国货车累计销售量及同比增速 91

图表 12 2016年二季度中国汽车行业不同所有制企业数量分布图 97

图表 13 2016年二季度中国汽车行业不同类型企业数量分布图 97

图表 14 2007-2016年二季度中国汽车行业资产规模增长趋势 98

图表 15 2011-2016年5月我国汽车行业利润总额分析 99

图表 16 2011-2016年5月我国汽车行业销售收入分析 99

图表 17 2011-2016年5月我国汽车行业销售利润率分析 100

图表 18 2011-2016年5月我国汽车行业资产负债率分析 101

图表 19 2011-2016年5月我国汽车行业成本费用利用率分析 101

图表 20 2011-2016年5月我国汽车行业产成品资金占有率分析 102

图表 21 2015年1-12月我国汽车产品出口月度对比图 103

图表 22 我国商用车主要生产地分布 105

图表 23 2010-2015年我国商用车产能分析 107

图表 24 2010-2015年我国商用车产能分析 107

图表 25 2017-2022年商用车产能预测 108

图表 26 2010-2015年我国商用车产量分析 109

图表 27 2017-2022年商用车产量预测 109

图表 28 2011-2016年5月我国商用车行业规模分析 110

图表 29 2011-2016年5月我国商用车产能分布分析 111

图表 30 2011-2015年我国商用车产量及产能情况 112

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285432.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。