



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国混合动力车市场运营规划深度调查及未来发展趋势报告

一、调研说明

《2011-2015年中国混合动力车市场运营规划深度调查及未来发展趋势报告》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/177187.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

节能环保的汽车新能源的发展，在中国还往往停留在电动汽车的探索上。的确，全球汽车界在电动车上没有少下功夫，但是到头来都是走进死胡同。在新世纪，汽车发展的技术路线趋于理智而统一：近期从油电混合动力下手大幅度降低油耗和排放；长远靠资源极为丰富，且完全没有污染的氢动力燃料电池重新定义汽车。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国混合动力车市场运营规划深度调查及未来发展趋势报告》共十五章。首先介绍了中国混合动力车行业的概念，接着分析了中国混合动力车行业发展环境，然后对中国混合动力车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国混合动力车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国混合动力车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。

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。 本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

第一章 中国混合动力车行业发展概述

第一节 混合动力车行业发展情况

一、混合动力车定义

二、混合动力车行业发展历程

第二节 混合动力车产业链分析

一、产业链模型介绍

二、混合动力车产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国混合动力车行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球混合动力车市场发展分析

第一节 全球混合动力车市场发展情况分析

- 一、2009年全球混合动力车市场发展分析
- 二、2009年全球混合动力车市场统计分析
- 三、2010年全球混合动力车市场发展分析
- 四、2010年全球混合动力车销售排名分析
- 五、2010年全球混合动力车消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家混合动力车市场分析

- 一、2010年美国混合动力车市场现状分析
- 二、2010年欧洲混合动力车市场现状分析
- 三、2010年日本混合动力车市场现状分析
- 四、2010年韩国混合动力车市场现状分析
- 五、2010年中东与非洲混合动力车市场分析

第三章 中国混合动力车市场运行分析

第一节 混合动力车行业市场发展基本情况

- 一、市场现状分析
- 二、市场规模分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场技术发展状况

第二节 混合动力车行业技术研发情况

- 一、行业研发情况分析
- 二、竞争对手研发占投入比
- 三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

- 一、年市场工业总产值分析
- 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析
- 三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较
- 四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

- 一、2008年市场产品价格走势
- 二、2009年市场产品价格走势
- 三、2010年市场产品价格走势
- 四、2011-2015年产品价格趋势

第四章 中国混合动力车行业的国际比较分析

第一节 中国混合动力车市场发展情况分析

- 一、2009年中国混合动力车市场发展分析
- 二、2009年中国混合动力车市场统计分析
- 三、2010年中国混合动力车市场发展分析
- 四、2010年中国混合动力车细分市场分析

第二节 中国混合动力车行业的国际比较分析

- 一、中国混合动力车行业竞争力指标分析
- 二、国际混合动力车行业竞争力指标分析
- 三、中国混合动力车行业经济指标国际比较分析

第三节 全球混合动力车行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

第五章 2008-2010年中国混合动力车行业经济运行指标分析

第一节 2008-2010年中国混合动力车行业总体数据分析

- 一、2008年中国混合动力车行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国混合动力车行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国混合动力车行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析

第六章 中国混合动力车行业生产现状分析

第一节 混合动力车行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 混合动力车行业产能分析

一、2009-2010年混合动力车产能分析

二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

二、2011-2015年混合动力车产能预测

第三节 混合动力车行业产量分析

一、2009-2010年混合动力车产量分析

二、2010年产能配置与产能利用率调查

三、2011-2015年混合动力车产量预测

第四节 混合动力车行业市场供给分析

一、2010年混合动力车生产规模现状

二、2010年混合动力车产能规模分布

三、2010年混合动力车市场价格走势

四、2010年混合动力车重点厂商分布

五、2010年混合动力车产供状况分析

第七章 混合动力车行业采购状况分析

第一节 混合动力车成本分析

一、2009-2010年原材料成本走势分析

二、2009-2010年劳动力供需及价格分析

三、2009-2010年其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 混合动力车产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第八章 中国混合动力车市场供需分析

第一节 2010年混合动力车市场需求分析

一、混合动力车行业需求市场

二、混合动力车行业客户结构

三、混合动力车行业需求的地区差异

第二节 2010年混合动力车市场供给分析

一、2010年混合动力车市场供给分析

二、2011-2015年混合动力车市场供给预测

第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2011-2015年混合动力车行业的需求预测

二、2009-2010年混合动力车供求平衡分析

三、2011-2015年混合动力车供求平衡预测

第九章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 混合动力车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

- 二、华中大区市场分析
- 三、华南大区市场分析
- 四、华东大区市场分析
- 五、东北大区市场分析
- 六、西南大区市场分析
- 七、西北大区市场分析

第十章 混合动力车市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第四节 混合动力车竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第五节 混合动力车行业竞争格局分析

- 一、2010年混合动力车行业竞争分析
- 二、2010年国内外混合动力车竞争分析
- 三、2010年中国混合动力车市场竞争分析

- 四、2010年中国混合动力车市场集中度分析
- 五、2010年中国混合动力车竞争对手市场份额
- 六、2010年中国混合动力车主要品牌企业梯队分布

第十一章 混合动力车行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

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

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国混合动力车行业参与国际竞争的战略市场定位

第十二章 前十大领先企业发展分析

第一节 一汽

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 东风

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 上海汽车

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 长安

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 比亚迪

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 奇瑞

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 上海大众

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 吉利

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有率情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十三章 2011-2015年混合动力车行业发展趋势及影响因素

第一节 混合动力车市场前景分析

一、混合动力车市场容量分析

二、混合动力车行业利好利空政策

三、混合动力车行业发展前景分析

第二节 混合动力车未来发展预测分析

- 一、中国混合动力车发展方向分析
- 二、2011-2015年中国混合动力车行业发展规模
- 三、2011-2015年中国混合动力车行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年混合动力车行业供需预测

- 一、2011-2015年混合动力车行业供给预测
- 二、2011-2015年混合动力车行业需求预测
- 三、2011-2015年混合动力车行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国混合动力车行业SWOT分析

第十四章 2011-2015年混合动力车行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 混合动力车行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国混合动力车行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十五章 2011-2015年混合动力车行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

- 一、消费者生活方式调查

二、未来社会人口生活水平

三、混合动力车消费者调查

四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节 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

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/177187.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。