



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国商用车行业投资分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年中国商用车行业投资分析及深度研究咨询报告》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/205398.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

→内容简介

2011年，商用车产销分别为393.36万辆和403.27万辆，同比下降9.94%和6.31%；客车产销39.84万辆和40.34万辆，同比增长11.07%和13.25%；货车产销265.38万辆和270.19万辆，同比下降7.04%和4.57%；半挂牵引车产销24.43万辆和25.76万辆，同比下降32.61%和27.37%；客车非完整车辆产销8.42万辆和8.45万辆，同比下降5.01%和2.76%；货车非完整车辆产销55.29万辆和58.53万辆，同比下降21.35%和13.31%。2012年1-4月，客车产销12.76万辆和12.65万辆，同比增长10.02%和2.46%；货车产销94.92万辆和96.32万辆，同比下降7.88%和7.71%；半挂牵引车产销8.05万辆和8万辆，同比下降18.17%和19.89%；客车非完整车辆产销2.38万辆和2.49万辆，同比下降5.25%和4.65%；货车非完整车辆产销17.67万辆和17.38万辆，同比下降29.98%和31.88%。

我国商用车行业集中度较高，据中国汽车工业协会统计，2011年，销量排名前十位的商用车生产企业依次为：东风公司、北汽福田、一汽、金杯股份、江淮、江铃、重汽、重庆长安、长城和南汽，分别销售64.83万辆、63.23万辆、27.93万辆、27.27万辆、27.05万辆、18.38万辆、15.91万辆、13.49万辆、12.17万辆和11.38万辆。与上年同期相比，一汽、重汽和重庆长安下降较快，北汽福田降幅略低，其它企业呈不同程度增长，其中金杯股份和长城增速居前列。2011年，上述十家企业共销售281.64万辆，占商用车销售总量的70%。

2011年是国家“十二五”规划开局之年，各行各业都希望在这五年中大展拳脚，商用车行业也不例外。对于商用车特别是卡车行业来说，房地产建设是拉动需求的重要引擎之一。预计“十二五”期间，我国城市化率将超过50%。加快城镇化必然成为我国城乡一体化的突破口，而城乡一体化的一个重要内容就是城乡客运一体化。城乡客运一体化的发展，需要客车企业提供安全、实用、经济型的产品，目前，很多企业都将目光投向了这一市场。另一方面，城镇化进程的加速将促进城乡对于物流用车的强劲需求。目前，从事城乡物流运输的车型主要包括轻卡、轻客、微客、微卡等。随着市场需求的升级和城市对卡车进城的限制，客货两用车的多功能商用车将成为一大增长点。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国汽车工业协会、中国汽车流通协会、中国商用车联合会、中国汽车用品联合会、国内外相关报刊杂志的基础信息、商用车行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国商用车市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了商用车前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对商用车市场风险进行了预测，为

商用车生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在商用车行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国商用车行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

→报告目录 目 录

CONTENTS

第一部分 行业运行现状

第一章 中国商用车行业发展概述 1

第一节 商用车行业发展情况 1

一、商用车定义 1

二、商用车行业发展历程 1

第二节 商用车产业链分析 6

一、产业链模型介绍 6

二、商用车产业链模型分析 9

第三节 2010-2012年中国商用车行业经济指标分析 12

一、赢利性 12

二、成长速度 13

三、附加值的提升空间 15

四、进入壁垒 / 退出机制 17

五、风险性 21

六、行业周期 41

七、竞争激烈程度指标 42

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 43

第二章 全球商用车市场发展分析 47

第一节 全球商用车市场发展情况分析 47

一、2010-2011年全球商用车市场发展分析 47

二、2011-2012年全球商用车市场统计分析 49

三、2011-2012年全球商用车市场发展分析 51

四、2011-2012年全球商用车市场销售分析 55

五、2011-2012年全球商用车厂商调查分析 59

第二节 世界主要国家商用车市场分析 63

- 一、2011-2012年美国商用车市场现状分析 63
- 二、2011-2012年欧洲商用车市场现状分析 64
- 三、2011-2012年日本商用车市场现状分析 68
- 四、2011-2012年韩国商用车市场现状分析 69
- 五、2011-2012年中东与非洲商用车市场分析 69

第三章 中国商用车市场运行分析 72

第一节 商用车行业市场发展基本情况 72

- 一、市场现状分析 72
- 二、市场规模分析 73
- 三、市场特点分析 73
- 四、市场技术发展状况 74

第二节 商用车行业技术研发情况 78

- 一、行业研发情况分析 78
- 二、竞争对手研发占投入比 79
- 三、研发投入与研发成果关系 81

第三节 行业市场工业总产值分析 81

- 一、2011-2012年市场工业总产值分析 81
- 二、2011-2012年不同规模企业工业总产值分析 81
- 三、2011-2012年不同所有制企业工业总产值比较 82

第四节 行业市场产品价格分析 82

- 一、2010年市场产品价格走势 82
- 二、2011年市场产品价格走势 82
- 三、2012年市场产品价格走势 83
- 四、2012-2016年产品价格趋势 84

第四章 中国商用车行业的国际比较分析 86

第一节 中国商用车市场发展情况分析 86

- 一、2010-2011年中国商用车市场发展分析 86
- 二、2011-2012年中国商用车市场统计分析 89
- 三、2011-2012年中国商用车市场发展分析 91
- 四、2011-2012年中国商用车细分市场分析 95

第二节 中国商用车行业的国际比较分析 98

一、中国商用车行业竞争力指标分析 98

二、国际商用车行业竞争力指标分析 99

三、中国商用车行业经济指标国际比较分析 100

第三节 全球商用车行业市场需求分析 101

一、市场规模现状 101

二、需求结构分析 101

三、重点需求客户 101

四、市场前景展望 101

第五章 中国商用车行业经济运行指标分析 102

第一节 2011-2012年中国商用车行业总体规模分析 102

一、企业数量结构分析 102

二、行业生产规模分析 102

第二节 2011-2012年中国商用车行业产销盈利分析 103

一、行业利润总额分析 103

二、行业产品销售收入总体分析 103

第三节 2011-2012年中国商用车行业财务指标总体分析 103

一、行业盈利能力分析 103

二、行业偿债能力分析 104

三、行业营运能力分析 104

四、行业发展能力分析 104

第二部分 市场供需分析

第六章 中国商用车行业生产现状分析 105

第一节 商用车行业生产分析 105

一、产品及原材料进口、自有比例 105

二、国内产品及原材料生产基地分布 106

三、产品及原材料产业集群发展分析 107

四、2010-2012年产品及原材料产能情况分析 108

第二节 商用车行业产能分析 109

一、2011-2012年商用车产能分析 109

二、2012-2016年商用车产能预测 110

第三节 商用车行业产量分析 113

一、2011-2012年商用车产量分析 113

二、2012-2016年商用车产量预测 113

第四节 商用车行业市场供给分析 114

一、2011-2012年商用车生产规模现状 114

二、2011-2012年商用车产能规模分布 114

三、2011-2012年商用车市场价格走势 125

四、2011-2012年商用车重点厂商分布 125

五、2011-2012年商用车产供状况分析 127

第七章 商用车行业采购状况分析 128

第一节 商用车成本分析 128

一、2011-2012年原材料成本影响分析 128

二、2011-2012年劳动力供需及价格分析 131

三、2011-2012年其他方面成本走势分析 133

第二节 上游原材料价格与供给分析 134

一、主要原材料情况 134

二、2011-2012年主要原材料价格与供给分析 140

三、2012-2016年主要原材料市场变化趋势预测 144

第三节 商用车产业链的分析 146

一、行业集中度 146

二、主要环节的增值空间 147

三、行业进入壁垒和驱动因素 147

四、上下游行业影响及趋势分析 148

第八章 中国商用车市场供需分析 152

第一节 2011-2012年商用车市场需求分析 152

一、商用车行业需求市场 152

二、商用车行业客户结构 154

三、商用车企业市场走势 155

第二节 2011-2012年商用车市场供给分析 158

- 一、2011-2012年商用车市场供给分析 158
- 二、2012-2016年商用车市场供给预测 159
- 第三节 2012-2016年供求平衡分析及未来发展趋势 160
- 一、2012-2016年商用车行业的需求预测 160
- 二、2011-2012年商用车供求平衡分析 160
- 三、2012-2016年商用车供求平衡预测 161

第九章 区域市场情况深度研究 162

第一节 商用车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 162

- 一、华北大区市场分析 162
- 二、中南大区市场分析 162
- 三、华东大区市场分析 162
- 四、东北大区市场分析 162
- 五、西南大区市场分析 163
- 六、西北大区市场分析 163

第二节 商用车重点地区销售分析 163

- 一、商用车各地区对比销售分析 163
- 二、商用车东北地区销售分析 164
- 三、商用车华北地区销售分析 164
- 四、商用车华东地区销售分析 164
- 五、商用车中南地区销售分析 164
- 六、商用车西南地区销售分析 164
- 七、商用车西北地区销售分析 165

第三部分 行业竞争分析

第十章 商用车市场竞争格局分析 167

第一节 行业竞争结构分析 167

- 一、现有企业间竞争 167
- 二、潜在进入者分析 167
- 三、替代品威胁分析 167
- 四、供应商议价能力 168
- 五、客户议价能力 168

第二节 行业集中度分析 168

一、市场集中度分析 168

二、企业集中度分析 169

三、区域集中度分析 169

第三节 行业国际竞争力比较 169

一、生产要素 169

二、需求条件 171

三、相关和支持性产业 171

四、企业战略、结构与竞争状态 172

第四节 商用车企业竞争策略分析 173

一、竞争优势评价及构建建议 173

二、提高商用车企业核心竞争力的对策 180

三、影响商用车企业核心竞争力的因素及提升途径 183

四、提高商用车企业竞争力的策略 185

第五节 商用车行业竞争格局分析 188

一、2011年商用车行业竞争分析 188

二、2011年国内外商用车竞争分析 194

三、2011年中国商用车市场竞争分析 197

四、2011年中国商用车市场集中度分析 210

五、2011年中国商用车竞争对手市场份额 210

第十一章 商用车行业产业结构分析 211

第一节 产业结构分析 211

一、市场细分充分程度的分析 211

二、各细分市场领先企业排名 211

三、各细分市场占总市场的结构比例 212

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 212

一、产业价值链的构成 212

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 214

第三节 产业结构发展预测 220

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析 220

二、产业结构调整中市场需求的引导因素 221

三、中国商用车行业参与国际竞争的战略市场定位 223

第十二章 前十大领先企业发展分析 230

第一节 一汽集团 230

一、企业概况 230

二、市场定位情况 231

三、市场占有份额情况 231

四、2011-2012年产能及占比 231

五、2011-2012年主要经营数据指标 232

六、2012-2016年公司发展战略分析 232

第二节 东风商用车公司 234

一、企业概况 234

二、市场定位情况 235

三、市场占有份额情况 235

四、2011-2012年产能及占比 236

五、2011-2012年主要经营数据指标 236

六、2012-2016年公司发展战略分析 237

第三节 中国重汽 237

一、企业概况 237

二、市场定位情况 239

三、市场占有份额情况 240

四、2011-2012年产能及占比 240

五、2011-2012年主要经营数据指标 241

六、2012-2016年公司发展战略分析 241

第四节 福田汽车 243

一、企业概况 243

二、市场定位情况 244

三、市场占有份额情况 245

四、2011-2012年产能及占比 246

五、2011-2012年主要经营数据指标 246

六、2012-2016年公司发展战略分析 249

第五节 江淮汽车 250

一、企业概况	250
二、市场定位情况	251
三、市场占有率情况	251
四、2011-2012年产能及占比	251
五、2011-2012年主要经营数据指标	252
六、2012-2016年公司发展战略分析	255
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、2011-2012年产能及占比	258
五、2011-2012年主要经营数据指标	258
六、2012-2016年公司发展战略分析	261
第七节 金龙汽车	262
一、企业概况	262
二、市场定位情况	263
三、市场占有率情况	263
四、2011-2012年产能及占比	263
五、2011-2012年主要经营数据指标	264
六、2012-2016年公司发展战略分析	267
第八节 重庆长安	267
一、企业概况	267
二、市场定位情况	269
三、市场占有率情况	269
四、2011-2012年产能及占比	269
五、2011-2012年主要经营数据指标	270
六、2012-2016年公司发展战略分析	273
第九节 江铃汽车	273
一、企业概况	273
二、市场定位情况	275
三、市场占有率情况	275
四、2011-2012年产能及占比	275

五、2011-2012年主要经营数据指标 276

六、2012-2016年公司发展战略分析 279

第十节 四川一汽丰田 279

一、企业概况 279

二、市场定位情况 280

三、2011-2012年产能及占比 280

第四部分 投资潜力预测

第十三章 2012-2016年商用车行业发展趋势及影响因素 283

第一节 商用车市场前景分析 283

一、商用车市场容量分析 283

二、商用车行业利好利空政策 283

三、商用车行业发展前景分析 285

第二节 商用车未来发展预测分析 286

一、中国商用车发展方向分析 286

二、2012-2016年中国商用车行业发展规模 287

三、2012-2016年中国商用车行业发展趋势预测 290

第三节 2012-2016年商用车行业供需预测 293

一、2012-2016年商用车行业供给预测 293

二、2012-2016年商用车行业需求预测 294

三、2012-2016年商用车行业进出口预测 298

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 301

一、市场整合成长趋势 301

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 302

三、企业区域市场拓展的趋势 306

四、科研开发趋势及替代技术进展 309

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 312

六、中国商用车行业SWOT分析 318

第十四章 2012-2016年商用车行业投资方向与风险分析 320

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 320

第二节 产业发展的空白点分析 323

第三节 投资回报率比较高的投资方向	325
第四节 商用车行业投资潜力与机会	327
第五节 新进入者应注意的障碍因素	330
第六节 2012-2016年中国商用车行业投资风险分析	333
一、市场风险	333
二、技术风险分析	333
三、政策和体制风险	333
四、财务风险	334
五、经营管理风险	334

第十五章 行业发展环境与渠道分析 335

第一节 全国经济发展背景分析	335
一、2011年宏观经济数据分析	335
二、2012年宏观政策环境分析	339
三、“十二五”发展规划分析	345
第二节 主要城市发展背景分析	348
一、主要城市区域市场特点分析	348
二、主要城市社会经济现状分析	351
三、未来主要城市经济发展预测	355
第三节 竞争对手渠道模式	357
一、商用车市场渠道情况	357
二、商用车竞争对手渠道模式	359

第十六章 2012-2016年商用车行业市场策略分析 360

第一节 消费者调查研究	360
一、消费者生活方式调查	360
二、未来社会人口生活水平	363
三、商用车消费者调查	364
第二节 营销分析与营销模式推荐	367
一、渠道构成	367
二、商用车市场营销分析	375
三、商用车营销模式分析	378

四、商用车行业的营销策略分析	382
第三节 多元化策略分析	384
一、行业多元化策略研究	384
二、现有竞争企业多元化业务模式	386
三、上下游行业策略分析	389
第四节 广告投放策略分析	389
一、行业广告投放现状分析	389
二、2011-2012年广告投放方式变化分析	390
第五节 对我国商用车品牌的战略思考	391
一、商用车实施品牌战略的意义	391
二、我国商用车企业的品牌战略	391
三、商用车品牌战略管理的策略	393

图表目录

图表：产业链模型	8
图表：汽车制造业对上游产业的拉动效应	9
图表：汽车制造业对下游产业的拉动效应	11
图表：2010年全球商用车产量统计	49
图表：2011年全球商用车产量统计	50
图表：全球主要卡车产量及预测汇总	51
图表：2011年欧洲商用车注册量	66
图表：2011年欧洲商用车注册量	67
图表：2011年商用车市场规模	73
图表：部分商用车企业研发中心介绍（1）	80
图表：部分商用车企业研发中心介绍（2）	80
图表：2011年商用车工业总产值	81
图表：2011年商用车不同规模企业工业总产值	81
图表：2011年商用车不同所有制企业工业总产值	82
图表：2011年商用车产量数据	90
图表：2011年商用车销量数据	90
图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业企业单位数	102
图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业从业人员数	102

图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造资产总计 102

图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业利润总额 103

图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业工业销售产值 103

图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业盈利能力 103

图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业偿债能力 104

图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业营运能力 104

图表：2010-2011年商用车等汽车整车制造行业发展能力 104

图表：2010年商用车产量统计 113

图表：2011年商用车产量统计 113

图表：2012年商用车产量统计 113

图表：CSPI国内钢材价格指数变化情况表 141

图表：主要钢材品种价格及指数变化情况表 141

图表：2011年主要品种钢材价格同比升幅 142

图表：CSPI中国钢材价格指数走势图 142

图表：CSPI长材、板材价格指数走势图 143

图表：2010年以来我国原油月度进口量价走势图 149

图表：2011年中国原油进口（原产国） 150

图表：2011年中国汽车销售结构示意图 152

图表：2011年各月各类卡车销量变化趋势图 153

图表：我国商用车用户的消费行为受多重因素的影响 154

图表：2011年商用车各车型产量走势 155

图表：2011年陕西汽车（集团）有限公司商用车产销走势 155

图表：2011年东风汽车司商用车产销走势 156

图表：2011年北汽福田汽车股份有限公司商用车产销走势 156

图表：2011年第一汽车集团公司商用车产销走势 157

图表：2011年江西江铃商用车产销走势 157

图表：2011年金杯汽车商用车产销走势 158

图表：2011年上汽依维柯红岩商用车有限公司产销走势 158

图表：2012年商用车产量预测 159

图表：2013年商用车产量预测 159

图表：2014年商用车产量预测 159

图表：2015年商用车产量预测 160

图表：2012年商用车销量预测 160

图表：2013年商用车销量预测 160

图表：2014年商用车销量预测 160

图表：2015年商用车销量预测 160

图表：2011年商用车华北地区产量情况 162

图表：2011年商用车中南地区产量情况 162

图表：2011年商用车华东地区产量情况 162

图表：2011年商用车东北地区产量情况 162

图表：2011年商用车西南地区产量情况 163

图表：2011年商用车西北地区产量情况 163

图表：2011年12月份国内六大区域商用车销售情况 163

图表：2011年客车东北地区销量情况 164

图表：2011年客车华北地区销量情况 164

图表：2011年客车华东地区销量情况 164

图表：2011年客车中南地区销量情况 164

图表：2011年客车西南地区销量情况 164

图表：2011年客车西北地区销量情况 165

图表：各重卡企业“十一五”期间年度销售排名 198

图表：重卡市场各主力产品牵引车参数对比参考 200

图表：各中卡企业“十一五”期间年度销售排名 203

图表：中卡市场各主力载货车产品参数对比参考 203

图表：“十一五”期间轻卡行业排名 206

图表：高端轻卡市场主力产品参数 206

图表：中高端轻卡市场主力产品参数 206

图表：低端轻卡市场主力产品参数 207

图表：微卡行业“十二五”期间销量竞争排名 208

图表：微卡相关车型参数对比 209

图表：2011年商用车产量数据 210

图表：2011年商用车主要企业市场份额 210

图表：2011年商用车主要细分市场比例 212

图表：2011年北汽福田汽车股份有限公司经营分析（按行业构成） 246

图表：2011年北汽福田汽车股份有限公司经营分析（按产品构成） 246

图表：2011年北汽福田汽车股份有限公司经营分析（按地区构成） 246

图表：2011-2012年北汽福田汽车股份有限公司偿债能力 247

图表：2011-2012年北汽福田汽车股份有限公司资本结构 247

图表：2011-2012年北汽福田汽车股份有限公司经营效率 247

图表：2011-2012年北汽福田汽车股份有限公司获利能力 248

图表：2011-2012年北汽福田汽车股份有限公司发展能力 248

图表：2011-2012年北汽福田汽车股份有限公司现金流量 248

图表：2011-2012年北汽福田汽车股份有限公司投资收益 249

图表：2011年安徽江淮汽车股份有限公司经营分析（按行业构成） 252

图表：2011年安徽江淮汽车股份有限公司经营分析（按产品构成） 252

图表：2011年安徽江淮汽车股份有限公司经营分析（按地区构成） 252

图表：2011-2012年安徽江淮汽车股份有限公司偿债能力 253

图表：2011-2012年安徽江淮汽车股份有限公司资本结构 253

图表：2011-2012年安徽江淮汽车股份有限公司经营效率 253

图表：2011-2012年安徽江淮汽车股份有限公司获利能力 254

图表：2011-2012年安徽江淮汽车股份有限公司发展能力 254

图表：2011-2012年安徽江淮汽车股份有限公司现金流量 254

图表：2011-2012年安徽江淮汽车股份有限公司投资收益 255

图表：2010-2011年郑州宇通客车股份有限公司产品产销情况 258

图表：2011年郑州宇通客车股份有限公司经营分析（按行业构成） 258

图表：2011年郑州宇通客车股份有限公司经营分析（按产品构成） 259

图表：2011年郑州宇通客车股份有限公司经营分析（按地区构成） 259

图表：2011-2012年郑州宇通客车股份有限公司偿债能力 259

图表：2011-2012年郑州宇通客车股份有限公司资本结构 260

图表：2011-2012年郑州宇通客车股份有限公司经营效率 260

图表：2011-2012年郑州宇通客车股份有限公司获利能力 260

图表：2011-2012年郑州宇通客车股份有限公司发展能力 261

图表：2011-2012年郑州宇通客车股份有限公司现金流量 261

图表：2011-2012年郑州宇通客车股份有限公司投资收益 261

图表：2011年厦门金龙汽车集团股份有限公司经营分析（按行业构成） 264

图表：2011年厦门金龙汽车集团股份有限公司经营分析（按产品构成） 264

图表：2011年厦门金龙汽车集团股份有限公司经营分析（按地区构成） 264

图表：2011-2012年厦门金龙汽车集团股份有限公司偿债能力 264

图表：2011-2012年厦门金龙汽车集团股份有限公司资本结构 265

图表：2011-2012年厦门金龙汽车集团股份有限公司经营效率 265

图表：2011-2012年厦门金龙汽车集团股份有限公司获利能力 266

图表：2011-2012年厦门金龙汽车集团股份有限公司发展能力 266

图表：2011-2012年厦门金龙汽车集团股份有限公司现金流量 266

图表：2011-2012年厦门金龙汽车集团股份有限公司投资收益 267

图表：2011年重庆长安汽车股份有限公司经营分析（按行业构成） 270

图表：2011年重庆长安汽车股份有限公司经营分析（按产品构成） 270

图表：2011年重庆长安汽车股份有限公司经营分析（按地区构成） 270

图表：2011-2012年重庆长安汽车股份有限公司偿债能力 271

图表：2011-2012年重庆长安汽车股份有限公司资本结构 271

图表：2011-2012年重庆长安汽车股份有限公司经营效率 271

图表：2011-2012年重庆长安汽车股份有限公司获利能力 272

图表：2011-2012年重庆长安汽车股份有限公司发展能力 272

图表：2011-2012年重庆长安汽车股份有限公司现金流量 272

图表：2011-2012年重庆长安汽车股份有限公司投资收益 273

图表：2011年江铃汽车股份有限公司经营分析（按行业构成） 276

图表：2011年江铃汽车股份有限公司经营分析（按产品构成） 276

图表：2011年江铃汽车股份有限公司经营分析（按地区构成） 276

图表：2011-2012年江铃汽车股份有限公司偿债能力 276

图表：2011-2012年江铃汽车股份有限公司资本结构 277

图表：2011-2012年江铃汽车股份有限公司经营效率 277

图表：2011-2012年江铃汽车股份有限公司获利能力 278

图表：2011-2012年江铃汽车股份有限公司发展能力 278

图表：2011-2012年江铃汽车股份有限公司现金流量 278

图表：2011-2012年江铃汽车股份有限公司投资收益 279

图表：2011年商用车市场容量 283

图表：2012-2015年中国商用车销量预测情况 294

图表：2011年-2015年中国大中型客车销量分析 296

图表：2011年-2015年中国轻型客车销量分析 296

图表：客车行业政策法规预测 298

图表：2009-2010年国内客车出口数据 301

图表：商用车企研发中心结构 310

图表：整车企业研发中心区域分布结构 311

图表：部分 国内车企建立的海外研发中心 311

图表：2009-2011年商用车月度销量变化情况 312

图表：我国现有的营销流通模式 315

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 335

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 336

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度 336

图表：2011年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 337

图表:2006-2011年城镇新增就业人数 338

图表：2006-2011年年末国家外汇储备及其增长速度 338

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 339

图表：2007-2011年上海市生产总值及其增长速度 353

图表：2011年全社会固定资产投资及其增长速度 354

图表：2011年居民消费价格指数 354

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 363

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 364

图表：2011年商用车类网络广告投放排行榜 390

略.....

通过《2012-2016年中国商用车行业投资分析及深度研究咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/205398.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提供投资咨询报告、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。