



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国防弹车市场分 析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国防弹车市场分析预测及投资战略研究报告》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/256996.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

第一章 2014年世界防弹车行业发展态势分析	16
第一节 2014年世界防弹车市场发展状况分析	17
一、世界防弹车行业特点分析	17
（一）防弹车生产企业较多	17
（二）防弹车的材料变化	17
二、世界防弹车市场需求分析	18
（一）市场需求情况	18
（二）需求特点分析	18
第二节 2014年全球防弹车市场分析	18
一、2014年全球防弹车需求分析	18
二、2014年中外防弹车市场对比	19
第二章 我国防弹车行业发展现状	20
第一节 我国防弹车行业发展现状	20
一、防弹车行业品牌发展现状	20
二、防弹车行业消费市场现状	20
第二节 2014年防弹车行业运行分析	21
一、2014年防弹车行业利润情况分析	21
二、2014年防弹车行业发展周期分析	21
三、2015-2020年防弹车行业发展机遇分析	22
四、2015-2020年防弹车行业利润预测	22
第三节 对中国防弹车市场的分析及思考	22
第三章 2014年中国防弹车市场运行态势剖析	23
第一节 2014年中国防弹车市场动态分析	23
一、防弹车行业新动态	23
（一）现代雅科仕防弹车亮相	23
（二）宝马X5安全防弹车	23
二、防弹车主要品牌动态	24
（一）奥迪发布全新A8L防弹车	24
（二）2014年宾利发布慕尚防弹车	24
第二节 2014年中国防弹车市场进出口形式综述	25

第四章 防弹车行业经济运行分析	26
第一节 2014年防弹车行业主要经济指标分析	26
一、典型防弹车企业分析	26
(一)迪马股份	26
(二)广州宝龙防弹车有限公司	26
二、2014年防弹车行业主要经济指标分析	26
第二节 2014年我国防弹车行业绩效分析	27
一、2014年行业规模情况	27
二、2014年行业盈利能力	28
三、2014年行业经营发展能力	29
四、2014年行业偿债能力分析	29
第五章 中国防弹车行业消费市场分析	30
第一节 防弹车市场消费需求分析	30
第二节 防弹车消费市场状况分析	31
一、防弹车行业消费特点	31
二、防弹车行业消费分析	31
三、防弹车行业消费结构分析	32
第六章 宏观经济对防弹车行业影响分析	33
第一节 2014年新经济形势对中国经济的影响	33
一、新经济形势对中国实体经济的影响	33
二、通胀现象之后将迎来通货紧缩	34
三、中国宏观经济政策变动及趋势	36
第二节 2014年防弹车行业融资环境分析	40
一、企业融资环境总体概述	40
(一)经济环境	40
(二)政策环境	41
(三)信用环境	41
二、融资渠道分析	41
(一)国内企业融资渠道单一	41
(二)企业试图多渠道融资	42
三、企业融资建议	42
(一)进一步完善企业经营机制	42

(二)要转变融资观念 42

(三)坚持以德为本，诚信经营 42

第三节 国内防弹车行业相关政策及影响分析 42

一、防弹车行业的具体政策 42

二、政策特点与影响分析 43

第四节 2014年新经济形势对防弹车行业经营环境影响分析 44

一、原材料价格影响 44

二、能源供应影响 44

三、企业用工环境 45

第七章 防弹车行业上下游产业分析 46

第一节 上游产业分析 46

一、发展现状 46

二、发展趋势预测 46

三、行业新动态及其对防弹车行业的影响 47

四、行业竞争状况及其对防弹车行业的意义 47

第二节 下游产业分析 47

一、发展现状 47

二、发展趋势预测 47

三、行业新动态及其对防弹车行业的影响 48

四、行业竞争状况及其对防弹车行业的意义 48

第八章 防弹车行业竞争格局分析 49

第一节 防弹车行业五力模型分析 49

一、供应商的议价能力 49

二、购买者的议价能力 49

三、新进入者的威胁 50

四、替代品的威胁 50

五、行业内现有竞争者的竞争 50

第二节 中国防弹车行业竞争格局综述 51

一、2014年防弹车行业集中度 51

二、2014年防弹车行业竞争程度 51

第九章 防弹车企业竞争策略分析 53

第一节 防弹车市场竞争策略分析 53

一、产品差异化策略	53
二、加强企业内部管理	53
三、转向精细化发展	54
第二节 防弹车企业竞争策略分析	54
一、我国防弹车市场竞争趋势	54
二、防弹车行业竞争策略分析	55
(一)强化自主品牌和自主知识产权意识	55
(二)加强防弹车企业产品售后服务意识	55
第十章 重点防弹车企业竞争分析	56
第一节 重庆市迪马实业股份有限公司	56
一、企业概况	56
二、竞争优势分析	56
三、2010-2014年经营状况	57
四、2015-2020年发展战略	60
第二节 广州宝龙防弹车有限公司	61
一、企业概况	61
二、竞争优势分析	61
三、2010-2014年经营状况	62
四、2015-2020年发展战略	62
第三节 安徽江淮汽车股份有限公司	63
一、企业概况	63
二、竞争优势分析	64
三、2010-2014年经营状况	64
四、2015-2020年发展战略	67
第四节 瑞汽车股份有限公司	68
一、企业概况	68
二、竞争优势分析	69
三、2010-2014年经营状况	70
四、2015-2020年发展战略	71
第五节 上海星星企业发展有限公司	71
一、企业概况	71
二、竞争优势分析	72

三、2010-2014年经营状况	72
四、2015-2020年发展战略	73
第十一章 防弹车行业发展趋势分析	74
第一节 我国防弹车行业前景与机遇分析	74
一、我国防弹车行业发展前景	74
二、新经济形势对防弹车行业的影响分析	74
第二节 2015-2020年中国防弹车市场趋势分析	74
一、我国防弹车行业市场发展前景	74
二、新经济形势对防弹车行业的影响分析	75
第三节 2015-2020年中国防弹车市场趋势分析	75
一、2015-2020年防弹车行业政策趋向	75
(一)鼓励民营企业的发展	75
(二)简化行政审批，扩大企业自主权利	75
(三)强调消费者为核心的汽车产业发展原则	76
二、2015-2020年防弹车行业技术革新趋势	76
(一)多行业技术融合	76
(二)人性化的技术突破	76
(三)自主研发技术的实现	76
三、2015-2020年防弹车价格走势分析	76
(一)成本不断降低	77
(二)利润具有压缩空间	77
(三)汽车行业整体价格处于下降趋势	77
四、2015-2020年国际环境对防弹车行业的影响	77
(一)政治因素	77
(二)经济因素	78
第十二章 防弹车行业发展趋势与投资战略研究	79
第一节 防弹车市场发展潜力分析	79
第二节 防弹车行业发展趋势分析	80
一、品牌格局趋势	80
二、渠道分布趋势	80
三、消费趋势分析	80
第三节 防弹车行业发展战略研究	80

一、技术开发战略	80
二、产业战略规划	81
三、营销品牌战略	81
四、竞争战略规划	81
第四节 对我国防弹车品牌的战略思考	82
一、企业品牌的重要性	82
二、防弹车实施品牌战略的意义	82
三、我国防弹车企业的品牌战略	83
四、防弹车品牌战略管理的策略	83
第十三章 2015-2020年防弹车行业发展预测	84
第一节 未来防弹车需求与消费预测	84
一、2015-2020年防弹车市场供给预测	84
二、2015-2020年防弹车市场需求预测	85
第二节 防弹车行业投资风险及控制策略分析	85
一、2015-2020年防弹车行业市场风险及控制策略	85
二、2015-2020年防弹车行业政策风险及控制策略	86
三、2015-2020年防弹车行业经营风险及控制策略	87
四、2015-2020年防弹车行业技术风险及控制策略	87
五、2015-2020年防弹车行业同业竞争风险及控制策略	88
第十四章 投资建议	89
第一节 发展建议	89
一、调整产业结构，促进产业升级	89
二、保护民族品牌，实施品牌战略	89
三、强化企业管理，提高内在素质	89
四、优化人才队伍，提升职业水平	90
第二节 发展注意事项	90
表格目录：	
表格 1：防弹车行业品牌发展现状	2
表格 2：2011-2014年防弹车市场需求变化情况	3
表格 3：2015-2020年市场需求预测表	3
表格 4：中外防弹车市场对比	16
表格 5：防弹车行业品牌发展现状	17

表格 6 : 我国防弹车行业发展周期分析	18
表格 7 : 2014年迪马股份分产品收入情况分析	23
表格 8 : 2014年我国防弹车行业规模情况	24
表格 9 : 2011-2014年防弹车市场需求变化情况	27
表格 10 : 专用运钞车防护技术标准	40
表格 11 : 2010-2014年迪马股份营运能力关键指标表	55
表格 12 : 2010-2014年迪马股份盈利能力关键指标表	55
表格 13 : 2010-2014年迪马股份偿债能力关键指标表	56
表格 14 : 2010-2014年江淮汽车营运能力关键指标表	62
表格 15 : 2010-2014年江淮汽车盈利能力关键指标表	63
表格 16 : 2010-2014年江淮汽车偿债能力关键指标表	63
表格 17 : 2015-2020年市场供给预测表	81
表格 18 : 2015-2020年市场需求预测表	82
图表目录 :	
图表 1 : 2015-2020年市场需求预测趋势	3
图表 2 : 2011-2014年防弹车行业利润率分析	18
图表 3 : 2014年防弹车行业主要经济指标分析	24
图表 4 : 2011-2014年防弹车行业细分产品规模分析	25
图表 5 : 我国防弹车行业盈利能力分析	25
图表 6 : 我国防弹车行业经营能力分析	26
图表 7 : 我国防弹车行业偿债能力分析	26
图表 8 : 2014年防弹车行业消费区域分析	28
图表 9 : 2014年防弹车行业消费结构分析	29
图表 10 : 五力分析模型	46
图表 11 : 2010-2014年迪马股份营运能力关键指标	55
图表 12 : 2010-2014年迪马股份盈利能力关键指标	56
图表 13 : 2010-2014年迪马股份偿债能力关键指标	57
图表 14 : 2010-2014年江淮汽车营运能力关键指标	62
图表 15 : 2010-2014年江淮汽车盈利能力关键指标	63
图表 16 : 2010-2014年江淮汽车偿债能力关键指标	64
图表 17 : 2015-2020年市场供给预测趋势	81
图表 18 : 2015-2020年市场需求预测趋势	82

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/256996.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。