



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国商用车行业发展市场 分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国商用车行业发展市场分析及发展趋势研究报告》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/38056.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 2007年市场供需分析及预测

#### 第一节 2007年市场供需分析及预测

##### 一、供需状况分析

##### 二、消费结构变化

###### (一) 各车型比重变化

###### (二) 各车型消费速度变化

##### 三、2008年商用车消费市场预测

###### (一) 商用车消费预测

###### (二) 客车行业中长期发展前景明朗

#### 第二节 商用车市场进出口分析及预测

##### 一、商用车进口市场分析

###### (一) 进口数量分析

###### (二) 进口金额分析

##### 二、商用车出口市场分析

###### (一) 出口数量分析

###### (二) 出口金额分析

##### 三、进出口价格对比分析

##### 四、2008年商用车进出口趋势分析

#### 第三节 2007年商用车市场价格变化分析及预测

#### 第四节 2008年商用车行业供给分析及预测

### 第二章 2008年商用车行业市场竞争分析及预测

#### 第一节 行业竞争特点分析及预测

##### 一、商用车产量集中度分析

###### (一) 客车

###### (二) 货车

##### 二、商用车行业进入和退出壁垒分析

###### (一) 进入壁垒分析

###### (二) 退出壁垒分析

## 第二节 行业竞争结构分析及预测

### 一、供应商分析及预测

### 二、购买者分析及预测

### 三、替代品分析及预测

### 四、潜在竞争者分析及预测

### 五、产业内竞争者分析及预测

## 第三节 品牌竞争分析

### 一、“十五”期间中国商用车市场品牌结构分析

### 二、2007年我国商用车品牌竞争状况分析

### 三、2007年客车品牌竞争状况

### 四、2007年货车品牌竞争状况

## 第四节 商用车行业兼并重组分析及预测

## 第三章 细分子行业分析

### 第一节 客车市场供需变化分析

#### 一、客车行业市场概述

#### 二、大型客车行业市场分析

##### （一）大型客车市场销量与产品结构分析

##### （二）大型座位客车市场销量分析

##### （三）大型公交客车市场销量分析

#### 三、中型客车行业市场分析

##### （一）中型客车市场销量与产品结构分析

##### （二）中型座位客车市场销量分析

##### （三）中型公交客车市场销量分析

#### 四、轻型客车行业市场分析

##### （一）轻型客车整车销量分析

##### （二）轻型客车底盘销量分析

#### 五、微型客车行业市场分析

#### 六、客车行业市场展望

### 第二节 货车市场供需变化分析

#### 一、货车行业市场概述

#### 二、重型货车行业市场分析

- 三、中型货车行业市场分析
- 四、轻型货车行业市场分析
- 五、微型货车行业市场分析
- 六、货车行业市场展望

#### 第四章 企业综合分析

##### 第一节 2007年商用车企业经营状况分析

- 一、盈利空间大、盈利能力强企业分析
- 二、盈利能力中等企业分析
- 三、盈利能力较差企业分析
- 四、企业营运状况分析

##### 第二节 重点企业三年经营数据对比分析

###### 一、客车企业

- (一) 宇通客车
- (二) 金龙客车
- (三) 中通客车
- (四) 沈阳中顺
- (五) 上海通用五菱

###### 二、货车企业

- (一) 中国重汽
- (二) 陕西汽车
- (三) 东风汽车
- (四) 北汽福田
- (五) 长安汽车
- (六) 金杯汽车

#### 第五章 典型企业分析

##### 第一节 中国重汽企业分析

- 一、企业行业地位分析
- 二、公司基本评价
- 三、公司研发水平
- 四、企业经营状况

五、公司发展规划及发展前景预测

六、2007年重大发展事项及启示

## 第二节 东风汽车企业分析

一、企业行业地位分析

二、公司基本评价

三、公司研发水平

四、企业经营状况

五、企业发展规划及前景预测

六、2007年企业重大事项及启事

## 第六章 2008年商用车行业投资风险分析

### 第一节 经济环境风险分析

一、经济环境风险分析

二、宏观调控政策风险

三、央行货币及银行业调控政策

四、汇率变化风险分析

### 第二节 商用车行业政策环境风险分析

一、汽车消费结构调整政策风险分析

二、汽车经营政策影响及风险分析

三、技术政策

四、产能过剩及产业结构政策

五、2008年政策环境变化趋势及风险预测

### 第三节 商用车行业市场风险分析

一、行业供需风险

二、国际市场风险分析

三、市场竞争风险分析

四、替代性风险

五、价格风险

六、零部件行业风险

七、原材料风险

(一) 石油价格波动风险

(二) 钢铁价格波动风险

## 第七章 2008年商用车行业投资建议

### 第一节 2007年商用车行业总体发展特点及投资建议

- 一、2007年商用车行业总体发展特点与额度建议
- 二、2007年行业资金需求特点及相关投资建议
- 三、2007年行业竞争特点及客户结构建议

### 第二节 2007年汽车行业细分产品特点及投资建议

- 一、细分产品对比分析及总结
- 二、细分子行业产品投资建议

### 第三节 2007年商用车企业发展特点及投资建议

- 一、企业发展特点总结
- 二、企业投资建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38056.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](http://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。