

# 2022-2028年中国轻客市场 评估与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2022-2028年中国轻客市场评估与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202203/279487.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2022-2028年中国轻客市场评估与市场年度调研报告》共十五章。首先介绍了轻客行业市场发展环境、轻客整体运行态势等，接着分析了轻客行业市场运行的现状，然后介绍了轻客市场竞争格局。随后，报告对轻客做了重点企业经营状况分析，最后分析了轻客行业发展趋势与投资预测。您若想对轻客产业有个系统的了解或者想投资轻客行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章2015-2019年中国客车产业整体运行态势分析

#### 第一节 2015-2019年中国客车行业亮点分析

- 一、客车行业加速结构调整
- 二、社会资本抄底客车市场
- 三、混合动力客车产业化起步
- 四、政策助力农村客车市场启动
- 五、客车业主要区域市场发展特征
- 六、技术水平及配套环境逐步升级

#### 第二节 2015-2019年中国客车行业现状分析

- 一、中国客车产业正在走向世界
- 二、中国客车行业进入转型期
- 三、外资介入中国客车领域
- 四、“中国制造”获得全球客车行业瞩目
- 五、中国本土客车企面临变革
- 六、贸易战催生客车行业格局变动

#### 第三节 2015-2019年中国客车国际化发展分析

- 一、中国客车企业实施国际化战略的意义
- 二、我国客车企业国际化取得明显成效
- 三、我国客车安全标准国际化亟待推进

四、中国客车国际化进程中面临的挑战

五、中国客车开拓国际市场的对策

六、中国自主品牌客车发展海外道路宽阔

第四节 2015-2019年中国客车市场品牌分析

一、中国客车产业品牌发展历程

二、中国客车品牌发展解析

三、客车企业发展中的品牌靶向力分析

四、中国客车品牌建设的对策措施

五、中国客车行业的品牌成长

第五节 2015-2019年中国客车产业热点问题探讨

一、客车企业对标准法规反应迟钝

二、客车行业整合状况

三、缺乏市场主动权

第二章 2015-2019年中国轻客行业市场发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 2015-2019年中国轻客行业政策环境分析

一、《汽车贸易政策》对汽车市场的影响分析

二、调整汽车消费税的影响分析

三、《反垄断法》对汽车工业的影响分析

四、燃油税对汽车工业发展的影响

第三节 2015-2019年中国轻客行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2015-2019年中国轻客行业技术环境分析

第三章2015-2019年中国轻客行业运行形势分析

第一节2015-2019年中国轻客行业发展概述

一、轻客市场首现豪华品牌

二、欧系轻客市场提速

三、2019中国轻客年度车型评选

四、我国大金龙轻客上半年出口

第二节2015-2019年中国轻客行业运行动态分析

一、轻客市场区域性差异分析

二、轻客细分市场走势简析

三、金龙轻客入围福建省农村客运推荐车型

四、凌特闯入豪华轻客市场

第三节2015-2019年中国轻客行业发展存在问题分析

第四章 2015-2019年中国汽车整车制造所属行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国汽车整车制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2019年中国汽车整车制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2015-2019年中国汽车整车制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2019年中国汽车整车制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2015-2019年中国汽车整车制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2015-2019年中国轻客行业市场运行动态研究

第一节 2015-2019年中国轻客市场发展形势分析

一、微型客车对轻客市场影响力分析

二、MPV对轻客市场影响力分析

三、新产品推出及促销降价活动情况

四、改装车、专用车是拉动轻客市场的重要增长点

第二节 2015-2019年中国轻客市场产销情况分析

一、客车(含非完整车)分车型销量

二、轻型客车各月销量

三、轻型客车销量当月环比与同比增长

四、轻客销量情况及市场份额

第三节 2015-2019年中国轻客市场品牌动态分析

一、奔驰轻客凌特正式启动预售

二、依维柯新宝迪剑指轻客高端

第六章 2015-2019年中国客车产量统计分析

第一节 2015-2019年全国客车产量分析

第二节 2019年全国及主要省份客车产量分析

第三节 2019年客车产量集中度分析

第七章 2015-2019年轻客所属产品特征及市场运行分析

第一节 2015-2019年主流轻客新锐产品特征分析

- 一、上汽商用车公司的大通V80多功能轻型商用车
- 二、上汽集团南汽依维柯的新宝迪科
- 三、福建戴姆勒第三款国产车型奔驰凌特轻客SPRINTER下线
- 四、江铃汽车公司逾3亿投V348全顺排放升级项目
- 五、北汽福田公司推出风景VVT动力轻客车型

## 第二节 轻客行业市场供给分析

- 一、轻客生产规模现状
- 二、轻客产能规模分布
- 三、轻客市场价格走势
- 四、轻客重点厂商分布
- 五、轻客产供状况分析

## 第八章 2015-2019年轻客行业采购状况分析

### 第一节 2015-2019年轻客成本分析

- 一、原材料成本走势分析
- 二、劳动力供需及价格分析
- 三、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、主要原材料价格与供给分析
- 三、2022-2028年主要原材料市场变化趋势预测

### 第三节 轻客产业链的分析

- 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

## 第九章 2015-2019年中国轻客市场供需分析

### 第一节 2015-2019年轻客市场需求分析

- 一、轻客行业需求市场
- 二、轻客行业客户结构
- 三、轻客行业需求的地区差异

## 第二节 2015-2019年轻客市场供给分析

### 一、2015-2019年轻客市场供给分析

### 二、2022-2028年轻客市场供给预测

## 第三节 2022-2028年供求平衡分析及未来发展趋势

### 一、2022-2028年轻客行业的需求预测

### 二、2015-2019年轻客供求平衡分析

### 三、2022-2028年轻客供求平衡预测

## 第十章 2015-2019年轻客市场竞争格局分析

### 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 轻客竞争力优势分析

#### 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 2015-2019年轻客行业竞争格局分析

#### 一、轻客行业竞争分析

#### 二、国内外轻客竞争分析



三、中国轻客市场竞争分析

四、中国轻客市场集中度分析

五、中国轻客竞争对手市场份额

六、中国轻客主要品牌企业梯队分布

## 第十一章中国轻客重点企业竞争力分析

### 第一节 东风

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

### 第二节 宇通

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

### 第三节 江淮

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

### 第四节 金龙

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第五节 中通

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第六节 奔驰

一、企业概况

二、企业财务指标

三、企业竞争优势分析

四、企业主营产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第七节 其他重点优势企业分析

第十二章 2022-2028年轻客行业发展趋势及影响因素

第一节 轻客市场前景分析

一、轻客市场容量分析

二、轻客行业利好利空政策

三、轻客行业发展前景分析

第二节 轻客未来发展趋势分析

一、中国轻客发展方向分析

二、2022-2028年中国轻客行业发展规模

三、2022-2028年中国轻客行业发展趋势预测

第三节 2022-2028年轻客行业供需预测

一、2022-2028年轻客行业供给预测

二、2022-2028年轻客行业需求预测

三、2022-2028年轻客行业进出口预测

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、中国轻客行业SWOT分析

## 第十三章 2015-2019年行业发展环境与渠道分析

### 第一节 全国经济发展背景分析

- 一、宏观经济数据分析
- 二、宏观政策环境分析
- 三、“十三五”发展规划分析

### 第二节 主要城市发展背景分析

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

### 第三节 竞争对手渠道模式

- 一、轻客市场渠道情况
- 二、轻客竞争对手渠道模式
- 三、轻客直营代理分布情况

### 第四节 主要商圈发展趋势分析

- 一、各城市主要商圈渠道分布情况
- 二、各城市主要商圈销售规模分析
- 三、各城市主要商圈发展趋势分析

## 第十四章 2022-2028年轻客行业投资机会与风险分析

### 第一节 投资环境的分析与对策

### 第二节 投资机遇分析

### 第三节 投资风险分析

- 一、客观事件的不确定性风险
- 二、市场的不确定性风险
- 三、行业发展的不确定性风险

- 四、技术发展的不确定性风险
- 五、战略规划者的主观不确定性风险
- 六、执行过程的不确定性风险
- 七、战略规划系统的不确定性风险
- 八、市场风险分析
- 九、管理风险分析
- 十、经营风险分析

#### 第四节投资策略与建议

- 一、坚守核心主业
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、明确品牌形象
- 六、调整市场策略

### 第十五章 2022-2028年轻客行业盈利模式与投资策略分析

#### 第一节 轻客行业发展战略研究

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
  - 1.战略规划
  - 2.战略实施
  - 3.战略反思与评价
- 三、业务组合战略
- 四、营销战略规划
- 五、区域战略规划
- 六、企业信息化战略规划

#### 第二节 轻客行业品牌战略分析

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、轻客品牌的特性和作用
- 四、轻客品牌的价值战略
- 五、我国轻客品牌竞争趋势

六、轻客企业品牌发展战略

七、轻客行业品牌竞争策略

第三节 我国轻客行业投资策略建议

一、轻客行业发展建议

二、轻客行业投资战略研究

第四节轻客发展与投资策略分析

一、对症下药

二、程序科学

三、控制成本

四、以市场为中心

五、讲求效益

六、可持续发展

七、遵守法律

第五节建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/279487.html>