

2020-2026年中国MPV商务车产业深度调研与投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国MPV商务车产业深度调研与投资机遇研究报告》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.abaogao.com/b/qiche/D04382JNGV.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

MPV的全称是Multi-Purpose Vehicle，即多用途汽车。它集轿车、旅行车和厢式货车的功能于一身，车内每个座椅都可调整，并有多种组合的方式，例如可将中排座椅靠背翻下即可变为桌台，前排座椅可作180度旋转等。近年来，MPV趋向于小型化，并出现了所谓的S-MPV，S是小(Small)的意思。S-MPV车长一般在(4.2~4.3)m之间，车身紧凑，一般为(5-7)座。别克商务，瑞风，东风风行，丰田大霸王，奔驰唯雅诺，奔驰威霆，等都是商务车。

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国MPV商务车产业深度调研与投资机遇研究报告》共十三章。首先介绍了MPV商务车产业相关概念及发展环境，接着分析了中国MPV商务车行业规模及消费需求，然后对中国MPV商务车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国MPV商务车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国MPV商务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。

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 中国MPV商务车所属行业发展概况

第一节 中国MPV商务车行业发展情况

一、MPV商务车产业景气度分析

二、MPV商务车产业的影响因素

第二节 MPV商务车产业链分析

一、产业链模型介绍

二、产业链模型分析

第二章 全球乘用车行业市场运行分析

第一节 全球乘用车市场发展情况分析

第二节 世界主要国家乘用车市场分析

一、美国乘用车市场分析

二、欧洲乘用车市场分析

三、日本乘用车市场分析

四、韩国乘用车市场分析

第三章 中国MPV商务车行业发展环境与渠道研究

第一节 全国经济发展背景分析

一、中国GDP增长情况分析

二、汽车行业政策环境分析

三、“十三五”发展规划方向

第二节 MPV商务车上下游行业相关政策

一、《汽车产业发展政策》

二、《节能与新能源汽车产业发展规划（2012～2020年）》

第三节 中国MPV商务车行业技术发展情况

一、中国MPV商务车行业技术概述

二、中国MPV商务车技术特点分析

三、中国MPV商务车技术主要问题

四、中国MPV商务车技术发展趋势

第四章 中国MPV商务车市场分析

第一节 中国MPV市场现状分析

第二节 中国MPV市场规模分析

第三节 中国MPV市场结构分析

第四节 中国MPV市场发展动态

第五章 中国MPV商务车供给和需求分析

第一节 中国MPV商务车行业供给能力分析

一、中国MPV商务车行业市场供给分析

二、中国MPV商务车市场价格情况分析

三、中国MPV商务车重点生产厂商情况

第二节 中国MPV商务车市场供需形势调查分析

一、MPV商务车市场的需求分析

二、MPV商务车企业的竞争排名

三、MPV商务车需求独特性分析

第六章 中国MPV商务车市场结构研究

第一节 按价格划分的MPV细分市场分析

- 一、按价格划分的MPV细分市场发展概述
- 二、按价格划分的MPV细分市场主导品牌
- 三、按价格划分的MPV细分市场规模分析

第二节 按用途划分的MPV细分市场分析

一、商用MPV市场分析

- (一) 高档商用MPV市场分析
- (二) 中档商用MPV市场分析
- (三) 低档商用MPV市场分析

二、家用MPV市场分析

- (一) 高档家用MPV市场分析
- (二) 中档家用MPV市场分析
- (三) 低档家用MPV市场分析

第七章 MPV商务车所属行业数据监测分析

第一节 中国MPV商务车所属行业发展分析

- 一、2015年中国MPV商务车所属行业发展概况
- 二、2016年中国MPV商务车所属行业发展概况
- 三、2017年中国MPV商务车所属行业发展概况

第二节 2013-2017年中国MPV商务车所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、资产规模增长分析
- 三、销售规模增长分析
- 四、利润规模增长分析

第三节 2013-2017年中国MPV商务车所属行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、资产规模结构分析
- 三、销售规模结构分析
- 四、利润规模结构分析

第四节 2013-2017年中国MPV商务车所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2013-2017年中国MPV商务车所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第八章 中国MPV商务车细分车型产销剖析

第一节 MPV汽车按车型产量分析

一、国内制造MPV汽车产量

(一) 按排量MPV产量

(二) 按档型MPV产量

(三) 按燃料MPV产量

二、CKD MPV汽车产量

(一) 按排量MPV产量

(二) 按档型MPV产量

(三) 按燃料MPV产量

第二节 MPV汽车按品牌产量分析

一、2015年MPV汽车按品牌产量

二、2016年MPV汽车按品牌产量

三、2017年MPV汽车按品牌产量

第三节 MPV汽车按企业产量分析

一、2015年MPV汽车按企业产量

二、2016年MPV汽车按企业产量

三、2017年MPV汽车按企业产量

第四节 MPV汽车分车型销量分析

一、国内制造MPV汽车销量

(一) 按排量MPV销量

(二) 按档型MPV产量

(三) 按燃料MPV销量

二、CKD MPV汽车销量

(一) 按排量MPV销量

(二) 按档型MPV销量

(三) 按燃料MPV销量

第五节 MPV汽车按品牌销量分析

一、2015年MPV汽车按品牌销量

二、2016年MPV汽车按品牌销量

三、2017年MPV汽车按品牌销量

第六节 MPV汽车按企业销量分析

一、2015年MPV汽车按企业销量

二、2016年MPV汽车按企业销量

三、2017年MPV汽车按企业销量

第九章 中国MPV商务车市场竞争格局分析

第一节 MPV商务车行业集中度分析

一、MPV品牌集中度分析

二、低端市场占有率分析

第二节 MPV商务车竞争力分析

一、MPV市场竞争特点分析

二、自主品牌竞争优势分析

三、自主品牌竞争策略分析

第三节 中国MPV商务车行业竞争格局分析

一、MPV商务车行业竞争情况分析

二、国内外MPV商务车竞争分析

三、自主品牌在低端市场优势分析

四、自主品牌在高端市场劣势分析

五、自主品牌在高端市场竞争策略

六、自主品牌MPV竞争趋势分析

第十章 MPV商务车领域标杆企业发展分析

第一节 上汽通用五菱汽车股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第二节 东风柳州汽车有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第三节 重庆长安汽车股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

第四节 北京汽车股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第五节 上海通用汽车有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第六节 安徽江淮汽车股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分布

第七节 东风汽车公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

第八节 中国第一汽车集团公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析

第九节 上海大众汽车有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析

第十节 广汽本田汽车有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析

第十一章 中国MPV商务车行业市场策略探讨

第一节 汽车消费者行为调查研究

- 一、汽车消费者的消费行为分析
- 二、潜在汽车消费者购物行为分析

第二节 中国MPV商务车营销模式

- 一、汽车专卖店
- 二、汽车超市
- 三、汽车交易市场
- 四、汽车园区

第三节 中国MPV商务车营销趋势分析

第四节 MPV市场广告投放必要性分析

第五节 中国MPV商务车营销策略的比较

- 一、高端商务车营销策略比较分析
- 二、商务家用兼顾型营销策略比较
- 三、家用型商务车营销策略比较分析
- 四、商用、家用兼顾型营销策略比较

五、商用型商务车营销策略比较分析

第十二章 2020-2026年中国MPV商务车行业发展趋势及影响因素

第一节 中国MPV商务车市场前景分析

第二节 中国MPV商务车发展方向分析

第三节 2020-2026年中国MPV商务车行业供需预测

一、2020-2026年中国MPV商务车行业供给预测

二、2020-2026年中国MPV商务车行业需求预测

第四节 MPV商务车生产企业发展策略分析

第十三章 2020-2026年MPV商务车行业投资壁垒与风险分析

第一节 中国MPV商务车行业进入壁垒分析

一、规模经济性壁垒

二、产品差别化壁垒

三、绝对成本障碍

四、沉没费用障碍

第二节 2020-2026年中国MPV商务车行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、行业政策风险

三、同业竞争风险

四、市场竞争风险

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/D04382JNGV.html>