

2018-2024年中国混合动力 车行业深度研究与未来发展趋势报告

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

《2018-2024年中国混合动力车行业深度研究与未来发展趋势报告》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/jiaotong/B88477S3KD.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

报告目录：

第一部分行业运行现状15

第一章中国混合动力车行业发展概述15

第一节混合动力车行业发展情况15

一、混合动力车定义15

二、混合动力车行业发展历程15

第二节混合动力车产业链分析16

一、产业链模型介绍16

二、混合动力车产业链模型分析17

第三节中国混合动力车行业经济指标分析18

一、赢利性18

二、成长速度18

三、附加值的提升空间18

四、进入壁垒 / 退出机制18

五、风险性19

六、行业周期19

七、竞争激烈程度指标19

八、当前行业发展所属周期阶段的判断19

第二章全球混合动力车市场发展分析21

第一节全球混合动力车市场发展情况分析21

一、全球混合动力车市场发展分析21

二、全球混合动力车市场统计分析21

三、全球混合动力车市场发展分析21

四、全球混合动力车销售排名分析22

五、全球混合动力车消费者调查分析22

第二节世界主要国家混合动力车市场分析25

一、美国混合动力车市场现状分析25

二、欧洲混合动力车市场现状分析26

三、日本混合动力车市场现状分析26

- 四、韩国混合动力车市场现状分析27
- 五、中东与非洲混合动力车市场分析27

第三章中国混合动力车市场运行分析29

第一节混合动力车行业市场发展基本情况29

- 一、市场现状分析29
- 二、市场规模分析29
- 三、市场特点分析29
- 四、市场技术发展状况30

第二节混合动力车行业技术研发情况31

- 一、行业研发情况分析31
- 二、竞争对手研发占投入比32
- 三、研发投入与研发成果关系33

第三节行业市场工业总产值分析33

- 一、市场工业总产值分析33
- 二、不同规模企业工业总产值分析33
- 三、不同所有制企业工业总产值比较34
- 四、行业市场工业总产值地区分布34

第四节行业市场产品价格分析34

- 一、2016-2017年市场产品价格走势34
- 二、2016-2017年市场产品价格走势35
- 三、2017年市场产品价格走势35
- 四、产品价格趋势35

第四章中国混合动力车行业的国际比较分析37

第一节中国混合动力车市场发展情况分析37

- 一、2014年中国混合动力车市场发展分析37
- 二、2016-2017年中国混合动力车市场统计分析37
- 三、2016-2017年中国混合动力车市场发展分析38
- 四、2017年中国混合动力车细分市场分析39

第二节中国混合动力车行业的国际比较分析40

- 一、中国混合动力车行业竞争力指标分析40

- 二、国际混合动力车行业竞争力指标分析40
- 三、中国混合动力车行业经济指标国际比较分析41
- 第三节全球混合动力车行业市场需求分析41
 - 一、市场规模现状41
 - 二、需求结构分析41
 - 三、重点需求客户41
 - 四、市场前景展望42

第五章中国混合动力车行业经济运行指标分析43

第一节中国混合动力车行业总体规模分析43

- 一、企业数量结构分析43
- 二、行业生产规模分析43

第二节中国混合动力车行业产销分析43

- 一、行业产成品情况总体分析43
- 二、行业产品销售收入总体分析44

第三节中国混合动力车行业财务指标总体分析44

- 一、行业盈利能力分析44
- 二、行业偿债能力分析45
- 三、行业营运能力分析45
- 四、行业发展能力分析46

第二部分市场供需分析47

第六章中国混合动力车行业生产现状分析47

第一节混合动力车行业生产分析47

- 一、产品及原材料进口、自有比例47
- 二、国内产品及原材料生产基地分布47
- 三、产品及原材料产业发展分析47
- 四、产品及原材料产能情况分析47

第二节混合动力车行业产能分析48

- 一、混合动力车产能分析48
- 二、重点企业产能及占有份额48
- 二、混合动力车产能预测49

第三节混合动力车行业产量分析49

一、混合动力车产量分析49

二、产能配置与产能利用率调查50

三、混合动力车产量预测51

第四节混合动力车行业市场供给分析51

一、混合动力车生产规模现状51

二、混合动力车产能规模分布52

三、混合动力车市场价格走势52

四、混合动力车重点厂商分布53

五、混合动力车产供状况分析53

第七章混合动力车行业采购状况分析54

第一节混合动力车成本分析54

一、原材料成本走势分析54

二、劳动力供需及价格分析54

三、其他方面成本走势分析57

第二节上游原材料价格与供给分析57

一、主要原材料情况57

二、主要原材料价格与供给分析57

三、主要原材料市场变化趋势预测58

第三节混合动力车产业链的分析58

一、行业集中度58

二、主要环节的增值空间58

三、行业进入壁垒和驱动因素58

四、上下游行业影响及趋势分析58

第八章中国混合动力车市场供需分析60

第一节混合动力车市场需求分析60

一、混合动力车行业需求市场60

二、混合动力车行业客户结构60

三、混合动力车行业需求的地区差异61

第二节混合动力车市场供给分析61

一、混合动力车市场供给分析61

二、混合动力车市场供给预测62

第三节供求平衡分析及未来发展趋势62

一、混合动力车行业的需求预测62

二、混合动力车供求平衡分析63

三、混合动力车供求平衡预测63

第九章区域市场情况深度研究64

第一节长三角区域市场情况分析64

第二节珠三角区域市场情况分析64

第三节环渤海区域市场情况分析65

第四节主要省市集中度及竞争力模式分析65

第五节混合动力车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究65

一、华北大区市场分析65

二、华中大区市场分析66

三、华南大区市场分析66

四、华东大区市场分析67

五、东北大区市场分析67

六、西南大区市场分析68

七、西北大区市场分析68

第六节混合动力车重点地区销售分析69

一、混合动力车各地区对比销售分析69

二、混合动力车“重点地区一”销售分析69

三、混合动力车“重点地区二”销售分析70

四、混合动力车“重点地区三”销售分析70

五、混合动力车“重点地区四”销售分析71

六、混合动力车“重点地区五”销售分析71

七、混合动力车“重点地区六”销售分析72

第三部分行业竞争分析73

第十章混合动力车发展销售预测分析73

第一节行业竞争结构分析73

- 一、现有企业间竞争73
- 二、潜在进入者分析74
- 三、替代品威胁分析75
- 四、供应商议价能力75
- 五、客户议价能力75
- 第二节行业集中度分析76
 - 一、市场集中度分析76
 - 二、企业集中度分析76
 - 三、区域集中度分析77
- 第三节行业国际竞争力比较77
 - 一、生产要素77
 - 二、需求条件77
 - 三、支援与相关产业78
 - 四、企业战略、结构与竞争状态78
 - 五、政府的作用78
- 第四节混合动力车竞争力优势分析79
 - 一、整体产品竞争力评价79
 - 二、产品竞争力评价结果分析80
 - 三、竞争优势评价及构建建议81
- 第五节混合动力车行业竞争格局分析85
 - 一、混合动力车行业竞争分析85
 - 二、国内外混合动力车竞争分析85
 - 三、中国混合动力车市场竞争分析85
 - 四、中国混合动力车市场集中度分析86
 - 五、中国混合动力车竞争对手市场份额86
 - 六、中国混合动力车主要品牌企业梯队分布86

- 第十一章混合动力车行业产业结构分析87
 - 第一节产业结构分析87
 - 一、市场细分充分程度的分析87
 - 二、各细分市场领先企业排名87
 - 三、各细分市场占总市场的结构比例87

四、领先企业的结构分析（所有制结构）87

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88

一、产业价值链的构成88

二、产业链条的竞争优势与劣势分析88

第三节产业结构发展预测89

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析89

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素89

三、中国混合动力车行业参与国际竞争的战略市场定位89

第十二章前十大领先企业发展分析91

第一节一汽91

一、企业概况91

二、市场定位情况91

三、市场占有份额情况91

四、产能及占比91

五、主要经营数据指标92

六、公司发展战略分析92

第二节东风92

一、企业概况92

二、市场定位情况93

三、市场占有份额情况93

四、产能及占比93

五、主要经营数据指标93

六、公司发展战略分析94

第三节上海汽车94

一、企业概况94

二、市场定位情况94

三、市场占有份额情况94

四、产能及占比94

五、主要经营数据指标95

六、公司发展战略分析95

第四节长安95

一、企业概况	95
二、市场定位情况	96
三、市场占有份额情况	96
四、产能及占比	97
五、主要经营数据指标	97
六、公司发展战略分析	97
第五节比亚迪	97
一、企业概况	97
二、市场定位情况	98
三、市场占有份额情况	98
四、产能及占比	98
五、主要经营数据指标	99
六、公司发展战略分析	99
第六节奇瑞	99
一、企业概况	99
二、市场定位情况	100
三、市场占有份额情况	100
四、产能及占比	101
五、公司发展战略分析	101
第七节上海大众	101
一、企业概况	101
二、市场定位情况	106
三、市场占有份额情况	106
四、产能及占比	106
五、公司发展战略分析	106
第八节吉利	107
一、企业概况	107
二、市场定位情况	108
三、市场占有份额情况	108
四、产能及占比	108
五、公司发展战略分析	109
第九节宇通客车	109

- 一、企业概况109
- 二、市场定位情况111
- 三、市场占有份额情况111
- 四、产能及占比111
- 五、主要经营数据指标111
- 六、公司发展战略分析112
- 第十节长城汽车112
 - 一、企业概况112
 - 二、市场定位情况113
 - 三、市场占有份额情况113
 - 四、产能及占比113
 - 五、主要经营数据指标114
 - 六、公司发展战略分析114

第四部分投资潜力预测115

第十三章混合动力车行业态势影响因素115

第一节混合动力车市场前景分析115

- 一、混合动力车市场容量分析115
- 二、混合动力车行业利好利空政策115
- 三、混合动力车行业发展前景分析115

第二节混合动力车未来发展预测分析115

- 一、中国混合动力车发展方向分析115
- 二、中国混合动力车行业发展规模116
- 三、中国混合动力车行业发展趋势预测116

第三节混合动力车行业供需预测116

- 一、混合动力车行业供给预测116
- 二、混合动力车行业需求预测117
- 三、混合动力车行业进出口预测118

第四节影响企业生产与经营的关键趋势118

- 一、市场整合成长趋势118
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测118
- 三、企业区域市场拓展的趋势119

四、科研开发趋势及替代技术进展119

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势119

六、中国混合动力车行业SWOT分析119

第十四章混合动力车行业投资方向与风险分析121

第一节产业发展的有利因素与不利因素分析121

第二节产业发展的空白点分析121

第三节投资回报率比较高的投资方向122

第四节混合动力车行业投资潜力与机会122

第五节新进入者应注意的障碍因素123

第六节中国混合动力车行业投资风险分析125

一、市场竞争风险125

二、原材料压力风险分析125

三、技术风险分析125

四、政策和体制风险125

五、外资进入现状及对未来市场的威胁126

第五部分市场策略研究127

第十五章行业发展环境与渠道分析127

第一节全国经济发展背景分析127

一、宏观经济数据分析127

二、宏观政策环境分析128

第二节主要城市发展背景分析132

一、主要城市区域市场特点分析132

二、未来主要城市经济发展预测133

第三节竞争对手渠道模式133

一、混合动力车市场渠道情况133

二、混合动力车竞争对手渠道模式134

三、混合动力车直营代理分布情况136

第四节主要商圈发展趋势分析137

一、各城市主要商圈渠道分布情况137

二、各城市主要商圈销售规模分析138

三、各城市主要商圈发展趋势分析138

第十六章（ZY ZF）混合动力车行业市场策略分析139

第一节消费者调查研究139

一、消费者生活方式调查139

二、未来社会人口生活水平139

三、混合动力车消费者调查141

四、发达国家同期消费者感知141

第二节营销分析与营销模式推荐142

一、渠道构成142

二、销售贡献比率142

三、覆盖率142

四、销售渠道效果142

五、价值流程结构142

第三节多元化策略分析143

一、行业多元化策略研究143

二、现有竞争企业多元化业务模式143

三、上下游行业策略分析145

第四节广告投放策略分析147

一、行业广告投放现状分析147

二、广告投放方式变化分析147

三、广告投放总量变化分析147

四、广告投放策略分析148

第五节品牌策略分析148

一、各品牌定位及策略分析148

二、各品牌知名度及策略分析148

三、各品牌美誉度及策略分析150

四、各品牌忠诚度及策略分析154

图表目录：

图表1混合动力车的产业链结构图16

图表2生命周期各发展阶段的影响18

图表32015-2017年全球混合动力车市场规模分析21
图表4消费者对混合动力车的了解程度22
图表5消费者认同混合动力车的优势23
图表6混合动力车大范围推广的困难24
图表7消费者严重根据优势的车型25
图表82015-2017年美国混合动力车市场规模分析26
图表92015-2017年欧洲混合动力车市场规模分析26
图表102015-2017年日本混合动力车市场规模分析27
图表112015-2017年韩国混合动力车市场规模分析28
图表122015-2017年中东与非洲混合动力车市场规模分析28
图表132015-2017年我国混合动力车市场规模分析30
图表142015-2017年我国混合动力车行业总产值分析34
图表152015-2017年我国混合动力车行业不同规模企业总产值分析34
图表162015-2017年我国混合动力车行业不同所有制企业总产值分析35
图表17我国混合动力车行业总产值地区分析35
图表182015年我国混合动力车行业产品价格分析35
图表192015-2017年我国混合动力车行业产品价格分析36
图表202015-2017年我国混合动力车行业产品价格分析36
图表212018-2024年我国混合动力车行业产品价格预测36
图表222015年各主要城市新能源客车推广数量38
图表23主要汽车厂家混合动力车型39
图表24国内市场在售重混车型对比39
图表25国内市场在售中混车型对比40
图表262015-2017年中国混合动力车行业竞争力指数41
图表272015-2017年全球混合动力车行业竞争力指数41
图表282015-2017年中国混合动力车成本费用利润率与国际比较42
图表292015-2017年全球混合动力车行业市场规模分析42
图表302018-2024年全球混合动力车行业市场规模预测43

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/B88477S3KD.html>