

2016-2022年中国商用车车桥总成行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国商用车车桥总成行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/284762.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

在国内汽车市场中，国产车桥已经占据大部分市场份额，但仍有相当数量的车桥依赖进口，国产车桥与国际车桥品牌在设计和研发上存在较大差距。从研发能力看，目前国内具有研发能力的车桥厂家还不多，一些厂家仅仅停留在组装阶段。从驱动桥齿轮加工技术和热处理能力上看，国内车桥加工技术欠缺。由于齿轮的材料和加工精度不够，所以不能承受高速行驶的要求，容易发生“点蚀”现象（金属表面出现孔状腐蚀），承载能力和使用寿命随之大大降低。因此，在商用车车桥产品中，国外先进的商用车车桥能够保修100万甚至150万公里，而国内有些卡车跑到80万公里就基本报废了。同时，国产商用车车桥存在漏油、齿轮噪声和早期故障、制动器品质低等问题。从商用车的专业化趋势看，客车专用车桥的发展落后于客车整车行业，如低地板客车桥、小速比客车桥、豪华旅游车的高档车桥主要依赖进口或关键总成进口；在卡车行业，近60%的重型货车匹配轮边减速桥，结构复杂、效率低、油耗高，而新引进产品485、498单级减速桥稳定性还不够，且成本偏高。

商用车车桥总成未来的发展趋势是专业化：车桥行业将按车辆的使用条件逐步完善产品型谱分类，针对每一个细分市场提供特定的产品，满足各类车型对不同产品的需要。轻量化：随着车桥设计及制造技术发展，以及材料、淬火、热处理等相关技术的进步，车桥将在自重减轻、材料应用减少的情况下具备更佳的性能。高效率：制造高机械效率的车桥将成为各企业的目标，如德纳公司的双速车桥，可提供两种速比，满载时采用大速比可加大转矩，空载时采用小速比可省油。

未来，商用车车桥总成行业市场复合增长率可持续在10%左右，预计到2018年，市场规模可达1800亿以上，前景可期。

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。

第一部分 商用车车桥总成产业环境透视

第一章 商用车车桥总成行业国内外发展概述

第一节 国际商用车车桥总成行业发展总体概况

一、全球商用车车桥总成行业发展概况

二、全球商用车车桥总成行业发展趋势

第二节 中国商用车车桥总成行业发展概况

一、中国商用车车桥总成行业发展概况

二、中国商用车车桥总成行业发展中存在的问题

第二章 中国汽车行业分析

第一节 中国汽车工业发展分析

- 一、中国汽车工业的发展概况
- 二、2015年中国汽车行业回顾及其展望
- 三、2015年我国汽车产销及进出口分析
- 四、2015年我国汽车行业产量数据分析
- 五、2015年汽车工业重点企业经济效益

第二节 汽车零部件行业分析

- 一、我国汽车零部件行业现状分析
- 二、2015年汽车零部件市场发展状况
- 三、2015年汽车零部件产量及进出口分析
- 四、2015年世界经济对汽车零部件产业的影响
- 五、2015年汽车零部件行业发展空间分析

第二部分 商用车车桥总成产业深度分析

第三章 我国商用车车桥总成行业发展分析

第一节 中国商用车车桥总成行业发展状况

- 一、2015年商用车车桥总成行业发展状况分析
- 二、2015年中国商用车车桥总成行业发展动态
- 三、2015年商用车车桥总成行业竞争状况

第二节 我国商用车车桥总成市场分析

- 一、2015年商用车车桥总成市场分析
- 二、2016年商用车车桥总成市场的走向分析

第四章 商用车车桥总成产业经济运行分析

第一节 2011-2015年中国商用车车桥总成产业工业总产值分析

第二节 2011-2015年中国商用车车桥总成产业市场销售收入分析

第三节 2011-2015年中国商用车车桥总成产业产销售费用分析

第四节 2011-2015年中国商用车车桥总成销售净利润分析

第五章 我国商用车车桥总成产业财务指标分析

第一节 行业盈利能力分析

第二节 行业偿债能力分析

第三节 行业营运能力分析

第四节 行业发展能力分析

第六章 商用车车桥总成产业发展地区比较

第一节 东北地区

第二节 华北地区

第三节 西北地区

第四节 西南地区

第五节 华中地区

第六节 华东地区

第七节 华南地区

第三部分 商用车车桥总成产业竞争格局

第七章 商用车车桥总成行业竞争格局分析

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

第三节 竞争的关键因素

第八章 商用车车桥总成产品价格分析

第一节 2011-2015年商用车车桥总成价格指数走势

第二节 影响商用车车桥总成产品价格的关键因素分析

一、成本

二、供需情况

三、市场竞争

四、其他

第三节 2016-2022年商用车车桥总成产品价格指数变化预测

第四节 主要商用车车桥总成企业定价及价格策略

第九章 主要商用车车桥总成企业竞争分析

第一节 阿文美驰汽车工业公司

一、企业概况

二、主要业务范围

三、在华发展状况

第二节 美国车桥制造国际控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、在华合资公司

第三节 德国采埃孚股份公司

一、企业概况

二、在华发展状况

三、在华经营合作

第四节 美国德纳公司

一、企业概况

二、主要产品分析

三、在华发展状况

第五节 湖南中联重科车桥有限公司

一、企业概况

二、2015年经营状况

三、竞争优劣势分析

四、2016-2022年发展战略

第六节 陕西汉德车桥有限公司

一、企业概况

二、企业风险分析

三、2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七节 辽宁曙光汽车集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、可能存在的风险

四、2015年经营状况

五、2016-2022年发展战略

第八节 合肥车桥有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015年财务数据分析

四、2016-2022年发展战略

第九节 宁波跃进汽车前桥有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十节 江铃底盘股份有限公司

一、企业概况

二、企业发展风险分析

三、2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十章 商用车车桥总成行业经济形式分析

第一节 宏观经济环境分析

一、2015年我国宏观经济运行情况

二、2016-2022年我国宏观经济形势分析

三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2015年社会环境发展分析

第四部分 商用车车桥总成行业投资风险预测

第十一章 未来商用车车桥总成行业发展预测

第一节 2016-2022年国内商用车车桥总成行业产值预测

第二节 2016-2022年国内商用车车桥总成市场需求预测

第三节 2016-2022年国内商用车车桥总成市场规模预测

第十二章 商用车车桥总成行业投资现状分析

第一节 2014年商用车车桥总成行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模情况

三、2014年投资增速情况

第二节 2015年商用车车桥总成行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

第十三章 商用车车桥总成行业投资风险分析

第一节 资金短缺风险

第二节 管理风险

第三节 行业政策和体制风险

第四节 市场风险

第五节 进入、退出风险

第六节 原材料压力风险

第十四章 商用车车桥总成行业投资机会与风险

第一节 行业投资收益率比较及分析

一、2015年相关产业投资收益率比较

二、2011-2015行业投资收益率分析

第二节 商用车车桥总成行业投资效益分析

一、2013-2015年商用车车桥总成行业投资状况分析

二、2016-2022年商用车车桥总成行业投资效益分析

三、2016-2022年商用车车桥总成行业投资趋势预测

四、2016-2022年商用车车桥总成行业的投资方向

第十五章 商用车车桥总成行业投资战略研究

第一节 商用车车桥总成行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

图表目录

图表：国际知名车桥企业主要经济指标分析

图表：中国2011-2015年汽车及零部件进出口走势

图表：中国汽车及零部件2011-2015年逐季走势

图表：中国汽车2011-2015年进出口表现对比分析

图表：汽车整车进口数量逐季走势

图表：2011-2015年我国汽车整车进口国别及数量分析

图表：2015年全国汽车分月度产量汇总表

图表：2011-2015年我国橡胶轮胎外胎供给量及同比增长率

图表：2011-2015年我国子午轮胎外胎供给量及同比增长率

图表：2011-2015年我国摩托车充气橡胶轮胎外胎需求量及同比增长率

图表：2011-2015年我国发动机产量及同比增长率

图表：2014年我国发动机重点企业产量及同比增长率

图表：2015年我国发动机重点企业产量及同比增长率

图表：2011-2015年中国商用车车桥总成产业工业总产值

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/284762.html>