

2011-2015年中国混合动力 车行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国混合动力车行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1103/6038271ZK4.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-03-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国混合动力车行业深度调研与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国混合动力车行业的概念，接着分析了中国混合动力车行业发展环境，然后对中国混合动力车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国混合动力车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国混合动力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。

节能环保的汽车新能源的发展，在中国还往往停留在电动汽车的探索上。的确，全球汽车界在电动车上没有少下功夫，但是到头来都是走进死胡同。在新世纪，汽车发展的技术路线趋于理智而统一：近期从油电混合动力下手大幅度降低油耗和排放；长远靠资源极为丰富，且完全没有污染的氢动力燃料电池重新定义汽车。

第一章 中国混合动力车行业发展概述

第一节 混合动力车行业发展情况

一、混合动力车定义

二、混合动力车行业发展历程

第二节 混合动力车产业链分析

一、产业链模型介绍

二、混合动力车产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国混合动力车行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球混合动力车市场发展分析

第一节 全球混合动力车市场发展情况分析

- 一、2009年全球混合动力车市场发展分析
- 二、2009年全球混合动力车市场统计分析
- 三、2010年全球混合动力车市场发展分析
- 四、2010年全球混合动力车销售排名分析
- 五、2010年全球混合动力车消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家混合动力车市场分析

- 一、2010年美国混合动力车市场现状分析
- 二、2010年欧洲混合动力车市场现状分析
- 三、2010年日本混合动力车市场现状分析
- 四、2010年韩国混合动力车市场现状分析
- 五、2010年中东与非洲混合动力车市场分析

第三章 中国混合动力车市场运行分析

第一节 混合动力车行业市场发展基本情况

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

第二节 混合动力车行业技术研发情况

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

第三节 行业市场工业总产值分析

- 一、年市场工业总产值分析
- 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析
- 三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较
- 四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

- 一、2008年市场产品价格走势
- 二、2009年市场产品价格走势
- 三、2010年市场产品价格走势

四、2011-2015年产品价格趋势

第四章 中国混合动力车行业的国际比较分析

第一节 中国混合动力车市场发展情况分析

- 一、2009年中国混合动力车市场发展分析
- 二、2009年中国混合动力车市场统计分析
- 三、2010年中国混合动力车市场发展分析
- 四、2010年中国混合动力车细分市场分析

第二节 中国混合动力车行业的国际比较分析

- 一、中国混合动力车行业竞争力指标分析
- 二、国际混合动力车行业竞争力指标分析
- 三、中国混合动力车行业经济指标国际比较分析

第三节 全球混合动力车行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

第五章 2008-2010年中国混合动力车行业经济运行指标分析

第一节 2008-2010年中国混合动力车行业总体数据分析

- 一、2008年中国混合动力车行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国混合动力车行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国混合动力车行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国混合动力车行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国混合动力车行业不同所有制企业数据分析

第六章 中国混合动力车行业生产现状分析

第一节 混合动力车行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 混合动力车行业产能分析

- 一、2009-2010年混合动力车产能分析
- 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额
- 二、2011-2015年混合动力车产能预测

第三节 混合动力车行业产量分析

- 一、2009-2010年混合动力车产量分析
- 二、2010年产能配置与产能利用率调查
- 三、2011-2015年混合动力车产量预测

第四节 混合动力车行业市场供给分析

- 一、2010年混合动力车生产规模现状
- 二、2010年混合动力车产能规模分布
- 三、2010年混合动力车市场价格走势
- 四、2010年混合动力车重点厂商分布
- 五、2010年混合动力车产供状况分析

第七章 混合动力车行业采购状况分析

第一节 混合动力车成本分析

- 一、2009-2010年原材料成本走势分析
- 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析
- 三、2009-2010年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、2008-2010年主要原材料价格与供给分析
- 三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 混合动力车产业链的分析

- 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

第八章 中国混合动力车市场供需分析

第一节 2010年混合动力车市场需求分析

- 一、混合动力车行业需求市场
- 二、混合动力车行业客户结构
- 三、混合动力车行业需求的地区差异

第二节 2010年混合动力车市场供给分析

- 一、2010年混合动力车市场供给分析
- 二、2011-2015年混合动力车市场供给预测

第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

- 一、2011-2015年混合动力车行业的需求预测
- 二、2009-2010年混合动力车供求平衡分析
- 三、2011-2015年混合动力车供求平衡预测

第九章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

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

- 一、华北大区市场分析
- 二、华中大区市场分析
- 三、华南大区市场分析
- 四、华东大区市场分析
- 五、东北大区市场分析
- 六、西南大区市场分析
- 七、西北大区市场分析

第十章 混合动力车市场竞争格局分析

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 混合动力车竞争力优势分析

- 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 混合动力车行业竞争格局分析

- 一、2010年混合动力车行业竞争分析
- 二、2010年国内外混合动力车竞争分析
- 三、2010年中国混合动力车市场竞争分析
- 四、2010年中国混合动力车市场集中度分析
- 五、2010年中国混合动力车竞争对手市场份额
- 六、2010年中国混合动力车主要品牌企业梯队分布

第十一章 混合动力车行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

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

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国混合动力车行业参与国际竞争的战略市场定位

第十二章 前十大领先企业发展分析

第一节 一汽

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 东风

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 上海汽车

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 长安

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 比亚迪

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 奇瑞

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 上海大众

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 吉利

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十三章 2011-2015年混合动力车行业发展趋势及影响因素

第一节 混合动力车市场前景分析

一、混合动力车市场容量分析

二、混合动力车行业利好利空政策

三、混合动力车行业发展前景分析

第二节 混合动力车未来发展预测分析

一、中国混合动力车发展方向分析

二、2011-2015年中国混合动力车行业发展规模

三、2011-2015年中国混合动力车行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年混合动力车行业供需预测

一、2011-2015年混合动力车行业供给预测

二、2011-2015年混合动力车行业需求预测

三、2011-2015年混合动力车行业进出口预测

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、中国混合动力车行业SWOT分析

第十四章 2011-2015年混合动力车行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 混合动力车行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国混合动力车行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十五章 2011-2015年混合动力车行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

- 一、消费者生活方式调查
- 二、未来社会人口生活水平
- 三、混合动力车消费者调查
- 四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1103/6038271ZK4.html>