

2013-2017年中国厢式货车 市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2013-2017年中国厢式货车市场现状分析及投资前景研究报告》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/jiaotong1211/501285APBH.html>

【报告价格】 纸介版**7000**元 电子版**7200**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】 2012-11-28

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：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《2013-2017年中国厢式货车市场现状分析及投资前景研究报告》共十章。介绍了厢式货车行业相关概述、中国厢式货车产业运行环境、分析了中国厢式货车行业的现状、中国厢式货车行业竞争格局、对中国厢式货车行业做了重点企业经营状况分析及中国厢式货车产业发展前景与投资预测。您若想对厢式货车产业有个系统的了解或者想投资厢式货车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 厢式货车行业发展概况

第一节 产品发展概况

一、产品概述

二、产品性能

三、产品用途

第二节 厢式货车行业政策环境分析

一、产业相关政策分析

二、上下游产业政策影响

三、进出口政策影响分析

第二章 2011-2012年中国厢式货车市场供需分析

第一节 中国厢式货车市场供给状况

一、2008-2012年中国厢式货车产量分析

二、2013-2017年中国厢式货车产量预测

第二节 中国厢式货车市场需求状况

一、2008-2012年中国厢式货车需求分析

二、2013-2017年中国厢式货车需求预测

第三节 2012年厢式货车区域市场需求分析

一、华东地区市场需求分析

二、华北地区市场需求分析

三、东北地区市场需求分析

四、华南地区市场需求分析

五、华中地区市场需求分析

六、西部地区市场需求分析

第四节 中国厢式货车市场价格状况

一、2008-2012年中国厢式货车价格分析

二、2013-2017年中国厢式货车价格预测

第三章 2011-2012年厢式货车行业相关产业分析

第一节 厢式货车行业产业链概述

第二节 厢式货车上游产业发展状况分析

一、原材料一

（一）原材料生产情况分析

（二）原材料价格走势分析

（三）原材料行业发展趋势

二、原材料二

（一）原材料生产情况分析

（二）原材料价格走势分析

（三）原材料行业发展趋势

第三节 厢式货车下游产业发展情况分析

一、下游领域一

（一）行业发展现状概况

（二）行业生产情况分析

（三）行业需求状况分析

（四）行业需求前景分析

二、下游领域二

（一）行业发展现状概况

（二）行业生产情况分析

（三）行业需求状况分析

（四）行业需求前景分析

三、下游领域三

（一）行业发展现状概况

（二）行业生产情况分析

（三）行业需求状况分析

（四）行业需求前景分析

第四章 2008-2012年厢式货车进出口数据分析

第一节 2008-2012年厢式货车进口分析

- 一、厢式货车进口数量情况
- 二、厢式货车进口金额分析
- 三、厢式货车进口来源分析
- 四、厢式货车进口价格分析

第二节 2008-2012年厢式货车出口分析

- 一、厢式货车出口数量情况
- 二、厢式货车出口金额分析
- 三、厢式货车出口流向分析
- 四、厢式货车出口价格分析

第五章 中国厢式货车行业竞争格局及战略分析

第一节 中国厢式货车行业竞争结构分析

- 一、行业现有企业间的竞争
- 二、行业新进入者威胁分析
- 三、替代产品或服务的威胁
- 四、上游供应商讨价还价能力
- 五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国厢式货车行业竞争力分析

- 一、品牌竞争分析
- 二、成本竞争分析
- 三、价格竞争分析
- 四、技术竞争分析

第三节 厢式货车企业投资兼并与重组分析

- 一、国内企业兼并重组发展态势
- 二、国内厢式货车企业兼并与重组
- 三、国内厢式货车企业并购整合风险
- 四、厢式货车行业并购与重组对策建议

第四节 厢式货车企业资本市场运作建议

- 一、厢式货车企业兼并及收购建议
- 二、厢式货车企业融资方式选择建议
- 三、厢式货车企业海外市场运作建议

第六章 厢式货车分销渠道及营销策略分析

第一节 厢式货车分销渠道及策略

一、厢式货车市场分销模式比较

- (一) 直效分销模式
- (二) 代理经销模式
- (三) 关联营销模式
- (四) 混合营销模式

二、厢式货车市场分销渠道策略

- (一) 建立分销体系的必要性
- (二) 工业品企业的渠道战略
- (三) 企业分销商的选择策略
- (四) 制定分销政策考虑要素
- (五) 企业分销管理要点分析

第二节 厢式货车市场营销策略分析

一、市场营销主要模式

二、营销步骤信息需求

三、市场营销策略分析

- (一) 产品策略分析
- (二) 市场拓展策略
- (三) 品牌营销策略
- (四) 市场推广策略
- (五) 人员推销策略
- (六) 销售促进策略

第三节 厢式货车营销创新策略分析

一、体验营销策略分析

二、关系营销策略分析

三、合作营销策略分析

四、深度营销策略分析

- 五、越位营销策略分析
- 六、文化营销策略分析
- 七、一对一营销策略分析
- 八、差异化营销策略分析

第七章 厢式货车主要生产厂商竞争力分析

第一节 企业一

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第二节 企业二

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第三节 企业三

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第四节 企业四

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第五节 企业五

- 一、企业发展基本情况

- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第八章 2013-2017年中国厢式货车行业发展趋势与前景分析

第一节 2013-2017年中国厢式货车行业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国厢式货车行业投资前景分析

- 一、厢式货车行业发展前景
- 二、厢式货车发展趋势分析
- 三、厢式货车市场前景分析

第三节 2013-2017年中国厢式货车行业投资风险分析

- 一、产业政策分析
- 二、原材料风险分析
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第四节 2013-2017年厢式货车行业投资策略及建议

第九章 厢式货车企业投融资战略规划分析

第一节 厢式货车企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 厢式货车企业发展战略规划的制定原则

- 一、科学性
- 二、实践性
- 三、前瞻性
- 四、创新性
- 五、全面性
- 六、动态性

第三节 厢式货车企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第四节 厢式货车企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十章 厢式货车企业投融资及IPO上市策略指导

第一节 厢式货车企业境内IPO上市目的及条件

一、企业境内上市主要目的

二、企业上市需满足的条件

（一）企业境内主板 IPO 主要条件

（二）企业境内中小板IPO主要条件

（三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 厢式货车企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

（一）企业上市前综合评估

（二）企业的内部规范重组

（三）选择并配合中介机构

（四）应如何选择中介机构

第三节 厢式货车企业IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第四节 厢式货车企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

部份图表目录

图表1 2008-2012年中国厢式货车产量趋势图

图表2 2013-2017年中国厢式货车市场规模预测

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/jiaotong1211/501285APBH.html>