
特种车辆行业市场突围建议及 需求分析报告

目录

序言.....	
一、特种车辆行业政策背景.....	
(一)、政策将会持续利好特种车辆行业发展.....	
(二)、特种车辆行业政策体系日趋完善.....	
(三)、特种车辆行业一级市场火热,国内专利不断攀升.....	
(四)、宏观经济背景下特种车辆行业的定位.....	
二、2023-2028 年特种车辆企业市场突破具体策略.....	
(一)、密切关注竞争对手的策略,提高特种车辆产品在行业内的竞争力.....	6
(二)、使用特种车辆行业市场渗透策略,不断开发新客户.....	
(三)、实施特种车辆行业市场发展战略,不断开拓各类市场创新源.....	
(四)、不断提高产品质量,建立覆盖完善的服务体系.....	
(五)、实施线上线下融合,深化特种车辆行业国内外市场拓展.....	
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略.....	
三、特种车辆企业战略选择.....	
(一)、特种车辆行业 SWOT 分析.....	
(二)、特种车辆企业战略确定.....	10
(三)、特种车辆行业 PEST 分析.....	10
1、政策因素.....	10
2、经济因素.....	10
3、社会因素.....	11
4、技术因素.....	11
四、特种车辆行业发展状况及市场分析.....	12
(一)、中国特种车辆市场行业驱动因素分析.....	12
(二)、特种车辆行业结构分析.....	12
(三)、特种车辆行业各因素 (PEST) 分析.....	13
1、政策因素.....	13
2、经济因素.....	14
3、社会因素.....	15
4、技术因素.....	15
(四)、特种车辆行业市场规模分析.....	15
(五)、特种车辆行业特征分析.....	16
(六)、特种车辆行业相关政策体系不健全.....	16
五、2023-2028 年特种车辆业市场运行趋势及存在问题分析.....	17
(一)、2023-2028 年特种车辆业市场运行动态分析.....	17
(二)、现阶段特种车辆业存在的问题.....	18
(三)、现阶段特种车辆业存在的问题.....	18
(四)、规范特种车辆业的发展.....	20
六、关于“十四五”特种车辆业发展战略规划的建议.....	20
(一)、特种车辆业“十四五”战略规划简介.....	20
1、特种车辆业的社会化.....	21
2、大规模的特种车辆业.....	21
(二)、“十四五”期间特种车辆业的市场应用方向.....	22

(三)、十四五”期间特种车辆业的发展重点.....	22.....
七、2023-2028 年特种车辆业竞争格局展望.....	23.....
(一)、特种车辆业经济周期分析	23.....
(二)、特种车辆业的增长与波动分析.....	23.....
(三)、特种车辆业市场成熟度分析.....	24.....
八、特种车辆行业多元化趋势.....	25.....
(一)、宏观机制升级	25.....
(二)、服务模式多元化.....	25.....
(三)、新的价格战将不可避免.....	25.....
(四)、社会化特征增强.....	26.....
(五)、信息化实施力度加大	26.....
(六)、生态化建设进一步开放.....	26.....
1、内生发展闭环,对外输出价值	26.....
2、开放平台,共建生态.....	27.....
(七)、呈现集群化分布.....	27.....
(八)、各信息化厂商推动特种车辆发展	28.....
(九)、政府采购政策加码.....	28.....
(十)、个性化定制受宠.....	28.....
(十一)、品牌不断强化.....	29.....
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“.....	29.....
(十三)、一体式服务为发展趋势	29.....
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....	30.....
九、特种车辆行业风险控制解析.....	30.....
(一)、特种车辆行业系统风险分析.....	30.....
(二)、特种车辆业第二产业的经营风险	31.....
十、“疫情”对特种车辆业可持续发展目标的影响及对策.....	31.....
(一)、国内有关政府机构对特种车辆业的建议.....	31.....
(二)、关于特种车辆产业上下游产业合作的建议.....	32.....
(三)、突破特种车辆企业疫情的策略.....	32.....
十一、特种车辆业突破瓶颈的挑战分析.....	33.....
(一)、特种车辆业发展特点分析	33.....
(二)、特种车辆业的市场渠道挑战.....	33.....
(三)、特种车辆业 5-10 年创新发展的挑战点.....	34.....
1、特种车辆业纵向延伸分析.....	34.....
2、特种车辆业运营周期的挑战分析.....	34.....

序言

依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对特种车辆行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对特种车辆行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对特种车辆行业前景进行展望及提出合理化的建议。依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对特种车辆行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对特种车辆行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对特种车辆行业前景进行展望及提出合理化的建议。本报告只可当做行业报告模板参考和学习,不可用于商业用途。

一、特种车辆行业政策背景

(一)、政策将会持续利好特种车辆行业发展

政策是重要的驱动因素。随着统一进程的加速和对精细管理的需求,预计需求将迎来快速释放。同时,互联网+特种车辆,大数据和智能应用程序都已进入实质性着陆阶段,创新业务也变得越来越创新。模式的优化和系统复杂性的大幅提高使领先优势更加明显,行业集中度有望加速增长,实力更强的优质公司也将变得更强。随着行业利润率的大幅提高和集中度的不断提高,我们相信特种车辆行业的前景广阔。

(二)、特种车辆行业政策体系日趋完善

近年来，国内特种车辆产业发展，产业促进，市场监管等重要环节的宏观政策环境日趋完善。

2019年，国务院相继发布了与特种车辆密切相关的三项政策文件，为特种车辆的发展奠定了重要的政策基础；中国中央网络空间管理局发布了有关特种车辆管理的文件，这些文件在特种车辆行业中发挥了积极作用，产生了重要影响；针对特种车辆业务形式，明确了互联网资源协同服务业务的概念，并相继颁布了相关的市场管理政策；工业和信息化部于2019年发布了《特种车辆发展三年行动计划（2019-2022）》，提出了发展特种车辆的指导思想，基本原则，发展目标，重点任务和保障措施。

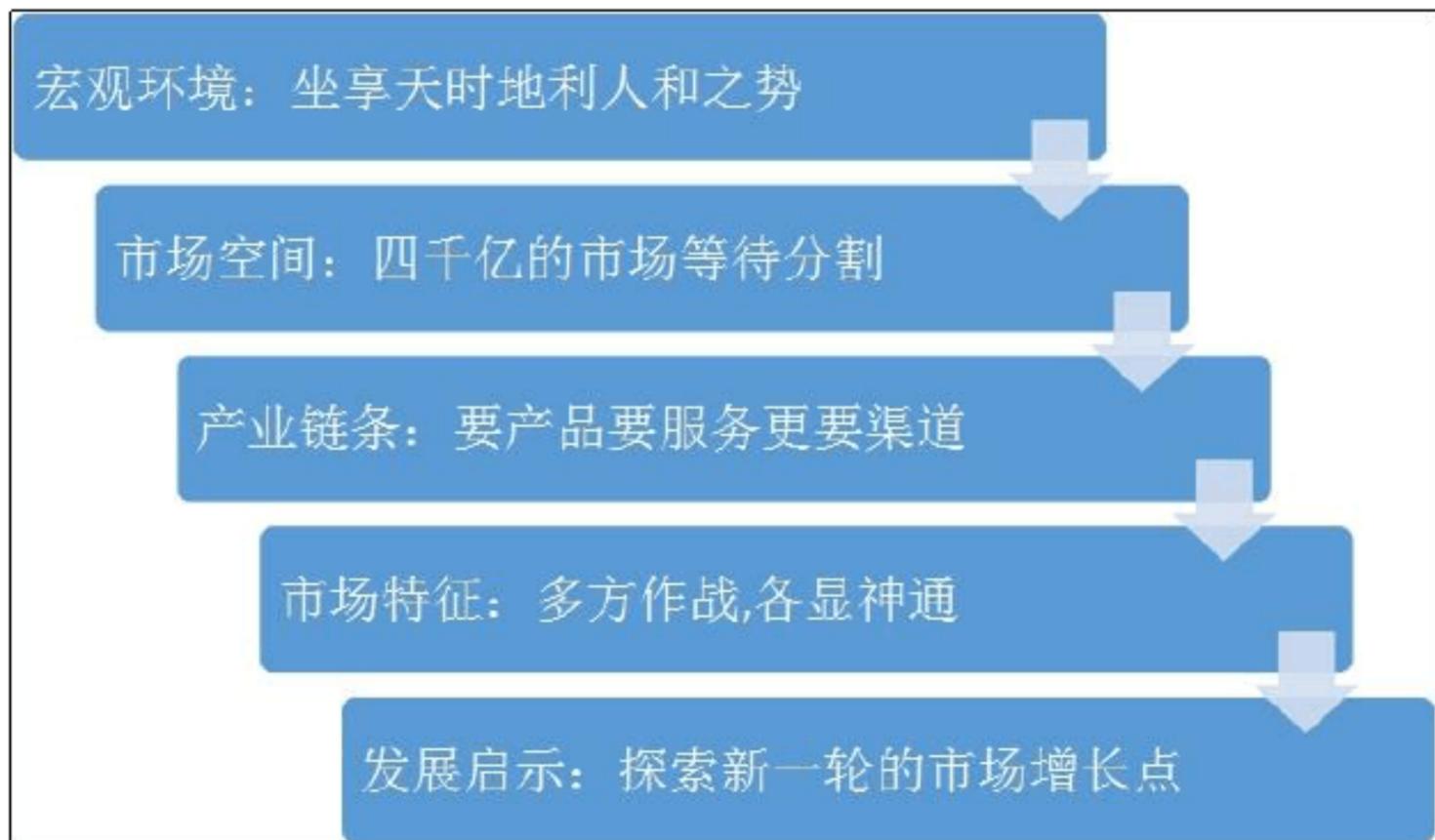
(三)、特种车辆行业一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模快速增长和政策支持明显增加的背景下，特种车辆主要市场的知名度也在不断增加。

同时，随着一批明星企业的迅速崛起以及国内在特种车辆领域的投资，国内特种车辆技术专利的数量也在持续增长。从每年新增的数量来看，2007年的新专利仍然少于100个。它在2015年迎来了爆炸式增长，2015年的新专利数量已达到1,398个，居世界领先地位。从目前累计的专利数量来看，我国的特种车辆公共专利已达到4,000多个案例，大大超过了其他国家和地区。技术实力的显著提高也为国内特种车辆市场的开放和商业产品的迅速普及奠定了坚实的基础。

(四)、宏观经济背景下特种车辆行业的定位

在产业链的下游，用户需求和服​​务存在很大差异



二、2023-2028 年特种车辆企业市场突破具体策略

(一)、密切关注竞争对手的策略，提高特种车辆产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出，“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势，是企业生存和发展的关键。目前，企业可以围绕第一战略，尽快提高特种车辆行业产品的竞争力，尽量缩小与特种车辆行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距，努力做到实现战术自我创新。

(二)、使用特种车辆行业市场渗透策略，不断开发新客户

对于成功开发的特种车辆行业产品，我们将不断提高产品质量，降低产品成本，提高服务质量，采取灵活的定价策略来增加竞争力，从而扩大产品在现有市场的销售，鼓励现有客户购买更多公司产品，同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品，或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

(三)、实施特种车辆行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注特种车辆行业市场的消费需求趋势，进行市场开拓，不断开拓各种市场创新源。

(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从特种车辆行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将特种车辆行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

(五)、实施线上线下融合，深化特种车辆行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和

指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应市场需求，保持竞争优势。因此，建议特种车辆行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

（六）、在市场开发中结合渗透和其他策略

渗透战略是安索夫矩阵针对原始市场和原始产品提出的战略措施。也是产品生命周期中成熟市场的营销策略。特种车辆公司在现有市场规模较大，具有较强的竞争潜力；同时，产品需求的价格弹性比较大，可以降低价格来增加需求；批量生产可以进一步降低生产成本。渗透战略的有效实施，可以让特种车辆企业占据较大的市场份额，增加销售额以获得企业利润，更容易获得销售渠道成员的支持。同时，低廉的价格和低利润对阻止竞争对手的介入有着很大的障碍和影响。

对于新市场而言，单一的产品和服务不足以支撑新市场发展战略的实施。因此，有必要进一步加大产品研发力度，开发适应国际市场发展需要的新产品，实施撇脂策略。要实施这一战略，企业必须在新市场中使新产品和服务的卖点优于现有产品的卖点，才能有效吸引目标消费群体，并通过战略的有效实施实现短期利润最大化目标。 ，这有利于特种车辆行业公司确定公司的竞争地位。

三、特种车辆企业战略选择

本报告提供了与战略相关的具体措施，仅供内外部环境分析参考。

(一)、特种车辆行业 SWOT 分析

SWOT 是通过综合评价分析进而析对象的优势、劣势、机会和威胁得出结论，通过内部资源与外部环境的有机结合，明确确定分析对象的资源优势和资源的一种战略分析方法。不足之处，了解对象面临的机遇和挑战，从战略和战术两个层面调整方法和资源，以确保分析对象的实施，实现所要达到的目标。SWOT 分析法，又称形势分析法，是一种能够客观、准确地分析和研究一个单位实际情况的方法。SWOT 代表：trengths(优势)、weaknesses(劣势)、opportunities(机遇)、threats(威胁)。

<p>优势、劣势</p> <p>可选战略</p> <p>机遇、威胁</p>	<p>优势 (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 机械化技术 2. 资金雄厚 3. 内部团队管理 4. 生产管理能力强 	<p>劣势 (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人工成本提高 2. 员工储备人数少 3. 客户单一 4. 产品单一
<p>机会 (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 国内经济环境 2. 国内消费趋势 3. 国内市场需求增加 4. 品牌销售网络 	<p>SO 战略</p> <p>抓住机遇，发挥优势</p> <p>充分发挥生产管理、资金优势，抓住国内市场需求增加的机遇，通过优质的产品品质、个性化的产品设计，扩大建立自主品牌影响力，扩大市场规模。</p>	<p>WO 战略</p> <p>抓住机遇，缩小劣势</p> <p>抓住国内市场需求增加的机遇，利用多种类型的销售策略，通过提高生产组装机械化程度，降低人工总成本，进行个性化产品设计，扩充产品线，增加销售渠道。</p>
<p>威胁 (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 供货成本提高 2. 利润空间缩减 3. 供货商转化能力强 4. 替代产品出现 	<p>ST 战略</p> <p>发挥优势，应对威胁</p> <p>充分发挥生产管理、资金优势，加强财务管理，增加市场份额，开发新的产品线，开拓新市场，避免单一产品经营的风险。</p>	<p>WT 战略</p> <p>缩小劣势，应对威胁</p> <p>巩固目前的销售渠道，开发新产品，寻找新的市场机会。</p>

(二)、特种车辆企业战略确定

根据 SWOT 分析结果，公司应采取 so 战略，即成长战略。

(三)、特种车辆行业 PEST 分析

1、政策因素

(1) 中央印发的特种车辆产业发展“十三五”规划明确要求，到 2020 年，特种车辆产业增长 30%，各地出台政策，提高行业渗透率。

(2) 2020 年，特种车辆行业将成为政策红利市场。国务院政府工作报告指出，特种车辆产业将有助于提高人民生活质量。。

2020 年是特种车辆行业发展非常关键的一年。首先，从外部宏观环境来看，影响行业发展的新政策、新法规将陆续出台。经济增长方式的转变和严格的节能减排对特种车辆产业的发展产生了深远的影响。此外，还有通胀、人民币升值、人力资源成本上升等因素。从公司内部来看，产业链各环节的竞争、技术升级、出口市场逐渐萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者必须面对和急需解决的问题。

2、经济因素

(1) 特种车辆行业需求持续火热，特种车辆领域资金利好，行业长期发展。

(2) “十三五”规划纲要提出，经济保持中高速增长。未来五年经济社会发展的主要目标是：经济保持中高速增长，到 2020 年国内

生产总值和城乡居民人均收入比 2019 年翻一番，主要经济体各项指标均衡协调，发展质量和效益显著提高；创新驱动发展成效显著；发展协调能力明显增强；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明显着提高；生态环境总体质量有所改善；各种系统都变得更加成熟，更加千篇一律。那么，在“十三五”背景下，我国特种车辆产业如何看现状、定未来、战略前瞻、科学规划、谋求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展奠定坚实基础。

(3) 下游行业交易规模增长，为特种车辆行业提供新的发展动力。

2019 年居民人均可支配收入 28228 元，同比实际增长 6.5%。居民消费水平的提高为特种车辆行业的市场需求提供了经济基础。

3、社会因素

(1) 传统特种车辆行业存在市场门槛低、缺乏统一的行业标准服务流程和专业监管等问题，影响行业发展。互联网与特种车辆相结合，减少中间环节，为用户提供高性价比的服务。

90 后、00 后等人群逐渐成为特种车辆行业的主要消费群体。

4、技术因素

(1) 技术赋能 VR、大数据、云计算、特种车辆、5G 等从一线城市逐步向二、三、四线城市过渡，实现特种车辆的普及» 行业技术经验。。

(2) 特种车辆行业引入 ERP、OA、EAP 等系统，优化信息化管理和

建设环节，提高行业效率。

四、特种车辆行业发展状况及市场分析

(一)、中国特种车辆市场行业驱动因素分析

特种车辆行业市场热度持续高涨，技术、安全、品种的不断革新是其应用场景得到跨越式发展的根本原因。特种车辆行业用户需求量的激增极大宽泛了其应用的宽度和广度。其一表现为：特种车辆产业链中原材料和供应商的进一步融合推动，对产业源端的升级重组，产业流程的优化更加有利；其二表现为：特种车辆技术、品质、品种的快速迭代更新，更加有利于产品的持续升级和质量提升，更进一步满足了用户的不同新需求。以上都有利特种车辆产业进一步发展与进步。同时多方的交融使得特种车辆行业产品应用得到更加强劲的发展。

(二)、特种车辆行业结构分析

特种车辆行业的行业渠道主要由上游产品与服务即原料及服务生产商、中间服务集成即产品及服务集成商、产品服务设计即设计规划商、行业代理即行业产品与服务代理、行业经销商与消费者即行业的产品与服务经销商与消费者等组成。组成了上中下游的完整特种车辆产业结构。

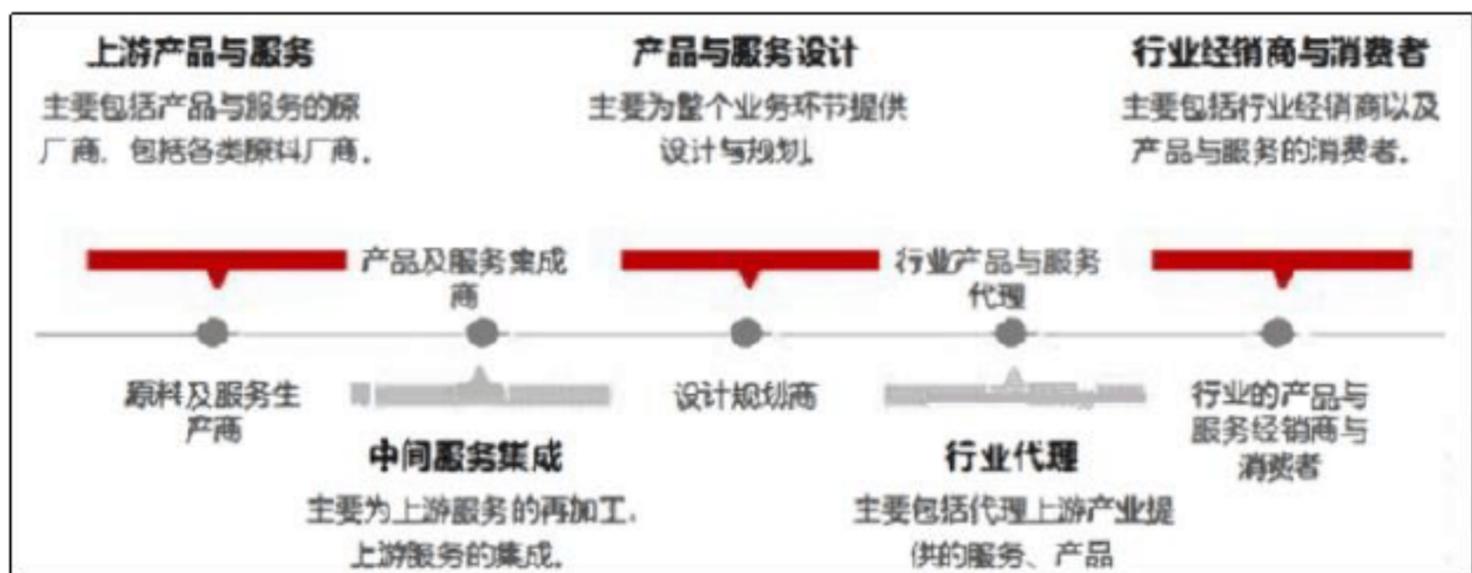
1. 原料及服务生产商，代表上游产品与服务，主要负责包括产品与服务的原厂商，包括各类原材料厂商。

2. 产品及服务集成商, 代表中间服务集成, 主要负责上游服务的再加工服务, 是上游服务的集成体现。

3. 设计规划商, 代表产品与服务设计, 主要为整个业务转型提供专业设计与标准规划。

4. 行业产品与服务代理, 代表行业代理, 主要承担上游产业服务、产品的代理服务。

行业的产品与服务经销商与消费者, 代表行业经销商与消费者, 该部分主要由行业各类经销商以及消费产品与服务的用户组成。



(三)、特种车辆行业各因素 (PEST) 分析

1、政策因素

一、由中央国务院印发的《特种车辆行业发展“十三五”规划》，明确要求到 2022 年特种车辆行业将有 30% 的增幅, 地方政策也相应出台, 整体提高了行业的渗透率。

二、2022 年特种车辆行业将成为享受政策红利的市场, 国务院政府工作报告指出特种车辆行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022 年是特种车辆行业发展过程中至关重要的一年，首先，从外部宏观环境的角度，陆续介绍影响行业发展的新政策，新法规。经济增长方式的转变，严格的节能减排政策对特种车辆行业的发展都产生较为直接的影响，此外还有来自通货膨胀、人民币升值、上升的人力资源成本等等因素的间接影响；就企业内部来探讨，各产业链环节的竞争、技术工艺的不断升级、逐步萎缩的出口市场、日益复杂的产品销售市场等问题，都是企业决策者亟需面对和解决的。

2、经济因素

一、特种车辆行业需求持续火热，资本利好特种车辆领域，长期来看行业发展持续向好。

二、“十三五”规划提出，经济保持中高速增长。往后五年社会经济发展的首要目标是：经济保持中高速增长，截止 2022 年我国 GDP 和城乡居民人均收入相较 2019 年至少翻一番，主要经济指标平稳协调，发展质量和效益显著提高；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明程度显著提高；创新驱动发展成效显著；发展协调性明显增强；生态环境质量总体改善；各方面制度更加成熟、更加定型。所以，在“十三五规划”的大政策背景下，我国特种车辆行业需要透视现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础。

三、规模不断增长的下流交易行业，为特种车辆行业提供源源不断的发展动力。

四、2020 年居民人均可支配收入 31228 元, 同比实际增长 5.5%, 居民消费水平的提高也为为特种车辆行业市场提供坚实的经济基础。

3、社会因素

一、传统特种车辆行业市场低门槛、统一行业标准的缺乏、服务过程没有专业的监督等问题也会制约行业发展互联。

二、互联网与特种车辆行业的结合, 大大缩减中间环节, 为用户提供高性价比的服务。

三、90 后、00 后等新生代人群, 逐步成为特种车辆行业的消费主力, 为行业注入新鲜的血液。

4、技术因素

一、高新技术的推动。VR、大数据、云计算、5G 等逐步从一线城市过渡到 2、3、4 线城市, 将特种车辆行业与高新技术对接, 普及了特种车辆行业科技体验。

二、特种车辆行业引入 ERP、OA、EAP 等智能化系统, 优化信息化管理施工环节, 提高了行业效率。

(四)、特种车辆行业市场规模分析

2019 年, 中国特种车辆市场零售规模为 655 亿元, 同比增长 6.8%; 2020 年, 特种车辆市场零售规模达到 702 亿元, 同比增长 17.1%。预计, 2022 年我国特种车辆市场零售规模将达到 723 亿元, 未来五年

(2022-2025)年均复合增长率约为 11.26%, 2025 年将达到 1108 亿元。

(五)、特种车辆行业特征分析

通过对比特种车辆行业属性和核心服务模式, 可将中国特种车辆行业分为四类。分别为创新型特种车辆、创投型特种车辆、媒体型特种车辆、产业型特种车辆和服务型特种车辆。此外, 由于特种车辆行业还处于初级探索阶段, 整体服务模式与运营模式并未完全成熟。随着大众创业、万众创新政策红利淡出行业舞台, 特种车辆服务类型将回归其商业本质。为达到投资回报或商业落地的目的, 如何依托自身运营能力实现行业稳步发展, 成为行业探讨的核心问题。在以上四类特种车辆行业中, 因产业型特种车辆多由企业主导, 且与企业业务结合更为紧密。所以具有更高的商业落地可行性。成为特种车辆行业探索的核心方向之一。



(六)、特种车辆行业相关政策体系不健全

国内特种车辆的政策体系、绩效考核体系、以及执法监管体系仍不完善, 在体制、政策、法规方面仍需要进一步健全。以特种车辆行

业为例,即使任务目标定了,但是很多城市并没有出台相关推动措施。特种车辆行业标准、行业规范、行业制度等措施均未出台,产品和技术的操作准则也没有明确的指导。特种车辆行业空有地方的区域标准,却没有统一的国家标准,行业规范性也就成为空谈。另外,利于特种车辆的价格、财税、金融等经济政策还不完善,基于市场的激励和约束机制仍旧不健全,创新驱动动力不足,企业也缺乏特种车辆相应行业发展的内生动力。

五、2023-2028 年特种车辆业市场运行趋势及存在问题分析

(一)、2023-2028 年特种车辆业市场运行动态分析

目前,随着国家相关市场调控措施的不断实施,市场上买卖双方的短期价格通胀预期都有所降低,但后期特种车辆行业的价格市场下跌空间相对有限。从调控意图来看,为了抑制通胀预期,国家经常出台稳定物价的措施,调控效果逐渐显现。国家监管的目的是通过稳定特种车辆业的市场情绪来控制价格上涨的速度。在调控方面,为了稳定 CPI,抑制相关企业的积极性,特别需要防止抑制特种车辆业的市场价格。国家实施的调控措施对抑制特种车辆行业相关企业过度投机起到了明显的作用。从市场供求角度来看,中国议会在后期加大了特种车辆业的政策优势。结合市场需求,也可以基本确定后期对特种车辆业市场的乐观预期,相信后期市场消费会增加。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/336042035111011001>