

2013-2017年中国客车市场 分析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

《2013-2017年中国客车市场分析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/huagong1302/W450434LUE.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】2013-02-20

【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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国客车市场分析与投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了中国客车行业的概念，接着分析了中国客车行业发展环境，然后对中国客车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国客车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国客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。

通过《2013-2017年中国客车市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

汽车行业是中国经济发展中的支柱产业之一，近年来，无论是汽车产量还是销售量都保持了较快增长；国内汽车行业的市场占有率整体上也呈上升趋势。在汽车市场快速发展的同时，中国的客车市场也呈现出稳步前进的势头。

2011年，在商用车行业总体表现低迷的情况下，客车市场继续焕发勃勃生机，需求保持10%以上增长势头，大型企业表现依旧突出。据中国汽车工业协会汇总的99家客车生产企业数据显示，继2010年后2011年的客车销售再次超过40万辆，同比增长达到11.36%。

2012年1-8月，我国客车产销27.21万辆和27.13万辆，同比增长10.16%和6.30%。

我国客车行业正面临市场发展带来的新机遇。城乡一体化政策会使市场成倍扩大，公交都市的政策会保证公交客车的发展，加上校车等新兴市场的出现，客车市场还会高速发展，可以说未来5-10年，是客车行业发展的黄金期。

第一章 客车相关概念介绍

第一节 汽车的相关介绍

一、汽车的概念

二、汽车的分类

三、汽车的特性

第二节 客车概念介绍

一、客车的定义及分类

二、客车的结构特征

三、客车的基本性能

四、中国客车车型结构划分标准

第三节 客车主要部件构成简介

- 一、客车车身及装置
- 二、底盘特性及相关技术指标
- 三、发动机分类及特性

第二章 2011-2012年全球客车行业发展概况

第一节 2011-2012年世界客车行业概况

- 一、世界客车市场格局概况
- 二、世界客车行业现状概述
- 三、世界燃料电池客车发展概况
- 四、世界客车业更注重节能环保

第二节 2011-2012年世界客车技术现状

- 一、世界客车主要应用技术设备介绍
- 二、世界大中型客车新技术应用现状
- 三、国外客车安全技术浅析
- 四、欧洲客车行业的技术创新
- 五、欧洲大型客车安全性技术及应用状况

第三节 世界客车政策法规分析

- 一、世界客车安全法规特点分析
- 二、欧洲客车法规和标准
- 三、美国新客车气体排放标准
- 四、日本提高客车燃料效率

第四节 世界客车市场发展预测

- 一、公共交通将拉动客车需求上升
- 二、全球客车市场将进一步扩大
- 三、客车生产力将继续向发展中国家转移
- 四、世界大中型客车发展趋势

第三章 2011-2012年汽车行业分析

第一节 世界汽车产量连续两年上升

第二节 世界各国汽车产量统分析

- 一、乘用车
- 二、商用车

三、同比分析

第三节 中国汽车工业发展总体概况

一、中国汽车产业的发展阶段及特点

二、中国已成国际最大的汽车市场

三、“十一五”时期中国汽车工业发展综述

四、中国汽车产业自主品牌发展分析

五、中国汽车重点企业的五大发展模式

第四节 2009-2012年中国汽车行业发展分析

一、2009年中国汽车工业经济运行状况

二、2010年中国汽车行业发展分析

三、2011年中国汽车工业运行状况

四、2012年中国汽车工业运行状况

第五节 中国汽车行业面临的挑战分析

一、中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈

二、中国汽车市场存在的主要问题

三、中国汽车产业仍然大而不强

四、中国汽车产能过剩问题的对策

五、中国汽车行业品牌国际化的对策

六、汽车产业未来发展应遵循的方向

第六节 中国汽车行业投资风险及建议

一、汽车行业的进入壁垒分析

二、汽车行业本身存在的投资风险

三、外部因素给汽车行业带来的风险

四、我国商用汽车投资风险综述

五、中国商用汽车生产投资再遇高门槛

六、我国汽车行业投资的相关建议

第四章 2011-2012年中国客车行业状况

第一节 2011-2012年中国客车行业发展综述

一、中国客车行业发展的优势

二、中国客车行业迅速发展

三、中国客车行业的发展历程

四、中国客车行业的兼并重组势在必行

第二节 2009-2012年中国客车市场发展分析

一、2009年中国客车市场发展状况分析

二、2010年中国客车市场发展状况分析

三、2011年中国客车市场发展状况分析

四、2012年中国客车市场发展状况分析

第三节 2010-2012年8月全国及主要省份客车产量分析

一、2010年全国及主要省份客车产量分析

二、2011年全国及主要省份客车产量分析

三、2012年全国及主要省份客车产量分析

第四节 2011-2012年客车市场品牌分析

一、中国客车产业品牌发展历程

二、中国客车品牌发展解析

三、客车企业发展中的品牌靶向力分析

四、中国客车品牌建设的对策措施

五、中国客车行业的品牌成长

第五节 2011-2012年中国客车市场营销分析

一、中国客车行业的营销环境

二、中国客车营销中存在的问题

三、客车营销中三种创新营销思路解析

四、中国客车营销模式需要理性思考

五、新形势下客车企业营销创新解析

第五章 2011-2012年大中型客车行业分析

第一节 2009-2012年中国大中型客车市场分析

一、2009年大中型客车发展状况

二、2010年大中型客车市场发展状况

三、2011年大中型客车市场发展概况

四、2012年大中型客车市场发展概况

五、我国大中型客车发展中面临的挑战

第二节 2011-2012年国内部分地区大中型客车市场分析

一、江苏

二、广东

三、辽宁

四、山东

五、上海

第三节 大中型客车的设计造型及相关技术因素分析

一、国外大中型客车外形造型发展趋势

二、中国大中型客车外形造型的发展

三、大中型客车外饰品对车身造型的影响

四、大中型客车的安全性能设计

第四节 中国大中型客车出口情况分析与发展方向

一、近年我国大中型客车出口特点

二、我国大中型客车出口面临的问题

三、我国在世界客车格局中的地位及发展方向

第五节 大中型客车发展趋势及前景预测

一、当前我国大中型客车行业发展形势展望

二、国内大中型客车市场的发展方向

三、大中型客车产业未来发展模式及特点

四、中国大型客车发展前景看好

第六章 2011-2012年新能源客车行业分析

第一节 2011年中国新能源客车市场分析

一、总体销量

二、市场特点

三、车型情况

四、区域分布

五、价格走势

第二节 2012年中国新能源客车市场分析

一、总体销量

二、市场特点

三、车型情况

四、区域分布

五、价格走势

第三节 2011-2012年我国新能源客车示范应用状况

- 一、我国新能源客车示范推广概述
- 二、2011年新能源客车示范运营状况
- 三、2012年新能源客车示范运营状况
- 四、新能源客车示范应用中的主要问题
- 五、新能源客车示范推广的建议

第四节 2011-2012年我国新能源客车产业化进程分析

- 一、我国新能源汽车已进入产业化阶段
- 二、新能源客车已具备推广条件
- 三、新能源客车产业化发展的困难
- 四、加快推进新能源客车产业化的建议

第五节 中国新能源客车发展展望

- 一、“十二五”我国新能源客车发展形势
- 二、“十二五”主要新能源客车企业规划
- 三、我国部分城市新能源客车发展规划
- 四、我国新能源客车的发展趋势

第七章 2011-2012年公路客车行业分析

第一节 2011-2012年中国公路客车市场总体综述

- 一、中国公路客车发展历程
- 二、公路建设为给公路客车业发展提供机遇
- 三、中国公路客车行业发展壮大的基础
- 四、公路客车市场进一步扩张的对策措施

第二节 2011年中国公路客车市场分析

- 一、总体状况
- 二、市场格局
- 三、区域市场
- 四、价格区间
- 五、市场环境
- 五、市场环境

第三节 中国公路客车发展前景及趋势

- 一、公路客车市场前景依然广阔

二、我国公路客车市场发展展望

三、高速客车市场潜力巨大

第八章 2011-2012年旅游客车行业分析

第一节 旅游客车行业发展概述

一、旅游行业发展特点

二、中国旅游客车市场发展历程

三、中国旅游客车市场发展特征

第二节 2011-2012年中国旅游客车市场发展现状

一、中国旅游客车市场发展势头良好

二、2010年我国旅游客车市场发展特点

三、2011年我国旅游客车市场增长趋缓

四、2012年我国旅游客车市场发展状况

五、海南旅游客车市场火热

第三节 促进中国旅游客车行业发展的策略

一、加强国内重点区域市场运作

二、加强市场及产品的研究及规划

三、提高旅游客车产品的技术水平

四、加强宣传打造品牌竞争力

第四节 中国旅游客车前景趋势预测

一、旅游客车产品未来发展趋势

二、景观车将成旅游成客车市场新热点

三、旅游客车市场前景广阔

第九章 2011-2012年城市客车行业分析

第一节 城市客车发展历程及特点

一、中国城市客车发展的三个阶段

二、城市客车发展特点解析

第二节 2011-2012年中国城市客车市场概况

一、中国城市客车需求不断上升

二、首部城市客车国家标准初步形成

三、促进我国城市客车市场发展的主要因素

四、新技术有力推动城市客车行业发展进步

五、我国城市公共交通发展存在的主要问题

六、我国城市客车发展面临的技术问题

第三节 城市公交客车

一、公交优先政策推动公交客车市场发展

二、2010年中国公交客车出口状况

三、2011年我国公交客车市场发展剖析

四、公交客车发展趋势及市场需求预测

五、安全性成公交客车需解决的首要问题

第四节 2011-2012年中国城市客车研发动态

一、2011年恒通新能源城市客车在呼和浩特投运

二、2011年福田插电式增程电动城市客车发布

三、2012年河南新能源城市客车研发验收通过

四、2012年齐齐哈尔首批电气混合城市客车成功下线

第五节 城市客车行业发展趋势及前景

一、我国城市客车行业未来发展趋势

二、中国城市客车行业前景看好

三、我国城市客车市场发展前景广阔

四、城市公交客车市场将迎来跨越式发展

第十章 2011-2012年中国客车国际化发展分析

第一节 2011-2012年中国客车国际化发展分析

一、中国客车企业实施国际化战略的意义

二、我国客车安全标准国际化亟待推进

三、中国客车行业的国际竞争力

四、中国客车在欧盟市场的表现

五、中国客车国际化进程中面临的挑战

第二节 2010-2012年中国客车出口状况分析

一、2010年中国客车出口概况

二、2011年中国客车出口分析

三、2011年客车企业出口特点分析

四、2012年中国客车出口分析

第三节 中国客车出口存在的问题与对策

- 一、中国客车在国际市场中存在的不足
- 二、中国客车开拓国际市场的措施建议
- 三、中国客车针对欧盟市场的改善策略
- 四、进一步扩大我国客车出口的思路
- 五、中国客车出口与品牌建立联系紧密

第十一章 2011-2012年中国客车行业重点企业财务状况分析

第一节 郑州宇通客车股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年宇通客车经营状况分析
- 三、2011年宇通客车经营状况分析
- 四、2012年宇通客车经营状况分析

第二节 中通客车控股股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年中通客车经营状况分析
- 三、2011年中通客车经营状况分析
- 四、2012年中通客车经营状况分析

第三节 安徽安凯汽车股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年安凯客车经营状况分析
- 三、2011年安凯客车经营状况分析
- 四、2012年安凯客车经营状况分析

第四节 厦门金龙汽车集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年金龙汽车经营状况分析
- 三、2011年金龙汽车经营状况分析
- 四、2012年金龙汽车经营状况分析

第十二章 2011-2012年客车相关行业分析

第一节 公路运输业

- 一、2010年中国公路运输发展状况分析

二、2011年我国公路运输保持较快增长

三、2012年中国公路运输发展状况分析

四、“十二五”我国将继续加快发展公路运输业

第二节 钢铁产业

一、2009年中国钢铁行业运行分析

二、2010年我国钢铁行业运行分析

三、2011年我国钢铁行业运行分析

四、2012年中国钢铁行业运行状况

第三节 石化产业

一、2009年我国石化行业运行分析

二、2010年中国石化行业运行分析

三、2011年中国石化行业运行分析

四、2012年中国石化行业运行分析

第五节 汽车零部件

一、中国汽车零部件体系发展的总体综述

二、“十一五”中国汽车零部件工业取得巨大成就

三、“十一五”汽车零部件产业发展的显著特点

四、中国汽车零部件企业存在三大不足

第十三章 2011-2012年中国客车市场竞争分析

第一节 2011-2012年中国客车市场竞争态势

一、中国客车市场的竞争主体

二、中国客车行业进入利价比竞争时代

三、竞争是我国客车行业发展的推动力

四、我国校车市场竞争已悄然打响

五、中国客车与国外客车存在的差异

第二节 客车市场竞争要素分析

一、价格要素

二、降低油耗

三、客车业客户资源竞争

第三节 中国客车行业竞争策略

一、行业层次竞争策略

- 二、差异化策略提升客车行业竞争力
- 三、二线客车企业品牌竞争策略
- 四、公铁竞争背景下的客车行业应对策略

第四节 提升客车行业竞争力的建议

- 一、重视品牌建设
- 二、强化售后服务
- 三、培养核心竞争力
- 四、制造符合需求的产品
- 五、提升内在素质

第五节 中国客车市场竞争趋势

- 一、市场战略全面化
- 二、竞争市场细分化
- 三、经营决策科学化
- 四、管理观念前沿化
- 五、企业管理市场化

第十四章 中国客车市场问题及对策

第一节 客车市场发展的影响因素

- 一、客车市场发展环境分析
- 二、中国客车行业进入转型时期

第二节 中国客车行业存在的问题

- 一、我国客车行业发展面临的主要挑战
- 二、中小客车企业发展中存在的问题
- 三、中国客车自主品牌与国外存在的差距
- 四、中国客车市场面临的两大问题
- 五、中国客车业面临产能过剩难题
- 六、客车行业长期存在合资难现象

第三节 中国客车行业发展对策

- 一、中国成为客车强国应注重四大指标
- 二、做强中国客车产业的战略选择
- 三、推动农村客车市场发展的对策
- 四、中国客车企业应构建竞争型售后服务新体系

- 五、加强企业自主创新能力
- 六、不断进行产品升级
- 七、继续重视销量
- 八、坚持专业化发展
- 九、摆脱关系营销

第十五章 中国汽车行业政策法规分析

第一节 2009-2012年中国汽车工业政策法规分析

- 一、2009年汽车行业政策法规
- 二、2010年汽车行业政策法规
- 三、2011年汽车行业政策法规
- 四、2012年汽车行业政策法规

第二节 国家“十二五”规划纲要对汽车产业的指导

- 一、推进产业结构调整
- 二、加强企业技术改造
- 三、引导企业兼并重组
- 四、促进中小企业发展
- 五、培育发展战略性新兴产业
- 六、实行更加积极主动的开放战略
- 七、加快实施“走出去”战略
- 八、加快发展生产性服务业

第三节 中国汽车行业相关政策分析

- 一、解析《汽车贸易政策》
- 二、《汽车产品回收利用技术政策》解析
- 三、调整汽车消费税的影响分析
- 四、《反垄断法》对汽车工业的影响分析
- 五、燃油税对汽车工业发展的影响
- 六、《车船税法》解读

第四节 主要政策法规介绍

- 一、《汽车产业发展政策》（2009年修订）
- 二、《汽车贸易政策》
- 三、《汽车品牌销售管理实施办法》

- 四、《新能源汽车生产企业及产品准入管理规则》
- 五、《汽车产品回收利用技术政策》
- 六、《汽车金融公司管理办法》
- 七、《汽车贷款管理办法》

第十六章 中国客车市场前景趋势分析

第一节 中国汽车工业发展前景及预测

- 一、中国汽车产业将进入发展黄金期
- 二、“十二五”汽车工业发展的战略选择
- 三、2013-2017年中国汽车行业预测分析
- 四、中国汽车工业的总体发展趋势

第二节 中国客车市场发展趋势

- 一、“十二五”期间客车市场空间展望
- 二、我国客车行业发展预测
- 三、城乡一体化将使客车市场成倍扩大
- 四、未来客车市场发展将以结构调整为主

第三节 中国客车行业未来发展方向

- 一、发展以人为本的客车产品
- 二、客车企业战略发展方向
- 三、建设节能环保的客车产业
- 四、构建经营环境和谐客车产业链

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/huagong1302/W450434LUE.html>