

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家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>