

2013-2018年中国客车市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国客车市场深度分析与投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/141563.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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。

二、报告目录及图表目录

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。

2012年受校车安全、节能环保关注度的提升以及“公交优先”政策受越来越多城市的重视等利好因素影响，2012年我国客车市场仍然呈现增长形势。

根据汽车工业协会数据，2012年在我国商用车整体销量下滑局势下，我国客车市场表现较好，全年销量累计42.56万辆，同比增长5.5%。2012年，各类客车市场均实现增长，其中以客车市场附加值最高的大客市场走势最为强劲，其销量同比增长10%至7.52万辆，而轻客市场销量增长5.4%，中客市场仅增1.5%。

轻客市场中，2012年销量前十企业依次是金杯汽车、江铃控股、南汽集团、北汽福田、厦门金旅、大金龙、上汽商用车、苏州金龙、东风汽车和东南汽车。其中，金杯汽车霸主地位不可动摇，2012年销量实现9.28万辆，远高于其他企业，比销量第二高的江铃控股高出3.82万辆；中客市场中，2012年销量前十企业依次是郑州宇通、苏州金龙、大金龙、安凯汽车、一汽丰田、厦门金旅、中通客车、东风汽车、少林汽车和亚星客车。其中，郑州宇通销量2.40万辆，依然是唯一销量在万辆以上的企业。其他企业销量均在9000辆以下；2012年大客市场销量前十企业依次是郑州宇通客车、苏州金龙、大金龙、安凯汽车、厦门金旅、黄海汽车、中通客车、青年汽车、上海申沃和北汽福田。

《2013-2018年中国客车市场深度分析与投资前景预测报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于客车产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为客车产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析客车产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对客车产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了客车产品的行业概况、市场发展现状及客车产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究客车市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对客车行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对客车产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和对外客车的投资提供了决策依据。

报告目录：

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 2013年国内外汽车行业发展分析

第一节 全球汽车产量连续上升

第二节 全球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、中国已成全球最大的汽车市场

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 2011-2013年中国汽车行业发展分析

一、2011年中国汽车工业经济运行状况

二、2012年中国汽车行业发展分析

三、2013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、中国汽车产业仍大大而不强

四、中国汽车产能过剩问题的对策

五、中国汽车行业品牌全球化的对策

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

第三章 2013年全球客车行业发展概况

第一节 2013年全球客车行业概况

- 一、全球客车市场格局概况
- 二、全球客车行业现状概述
- 三、全球燃料电池客车发展概况
- 四、全球客车业更注重节能与环保

第二节 2013年全球客车技术现状

- 一、全球客车主要应用技术设备介绍
- 二、全球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 全球客车政策法规分析

- 一、全球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 全球客车市场发展预测

- 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、全球大中型客车发展趋势

第四章 2013年中国客车行业状况

第一节 2013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 2011-2013年中国客车市场发展分析

一、2011年中国客车市场发展状况分析

二、2012年中国客车市场发展状况分析

三、2013年中国客车市场发展状况分析

第三节 2011-2013年全国及主要省份客车产量分析

一、2011年全国及主要省份客车产量分析

二、2012年全国及主要省份客车产量分析

三、2013年全国及主要省份客车产量分析

第四节 2013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 2013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 2013年我国大中型客车行业分析

第一节 2011-2013年中国大中型客车市场分析

一、2011年大中型客车发展状况

二、2012年大中型客车市场发展状况

三、2013年大中型客车市场发展概况

第二节 2013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、我国在全球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 2013年我国新能源客车行业分析

第一节 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

第二节 2013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 2013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、2012年新能源客车示范运营状况
- 三、2013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 2013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 2013年我国城市客车行业分析

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 2013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、2012年中国公交客车出口状况
- 三、2013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 2013年中国城市客车研发动态

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

第八章 2013年我国公路客车行业分析

第一节 2013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 2013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

第九章 2013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 2013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、2013年我国旅游客车市场发展状况

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

第十章 2013年中国客车全球化发展分析

第一节 2013年中国客车全球化发展分析

- 一、中国客车企业实施全球化战略的意义
- 二、我国客车安全标准全球化亟待推进
- 三、中国客车行业的全球竞争力
- 四、中国客车在欧盟市场的表现
- 五、中国客车全球化进程中面临的挑战

第二节 2011-2013年中国客车出口状况分析

- 一、2011年中国客车出口概况
- 二、2012年中国客车出口分析
- 三、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、中国客车在全球市场中存在的不足
- 二、中国客车开拓全球市场的措施建议
- 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 2013年中国客车市场竞争分析

第一节 2013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

第十二章 2013年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

第十三章 2013年客车相关行业分析

第一节 公路运输业发展分析

- 一、2011年中国公路运输发展状况分析
- 二、2012年我国公路运输保持较快增长
- 三、2013年中国公路运输发展状况分析

第二节 钢铁产业发展分析

- 一、2011年中国钢铁行业运行分析
- 二、2012年我国钢铁行业运行分析
- 三、2013年我国钢铁行业运行分析

第三节 石化产业发展分析

- 一、2011年我国石化行业运行分析
- 二、2012年中国石化行业运行分析
- 三、2013.年中国石化行业运行分析

第五节 汽车零部件发展分析

- 一、中国汽车零部件体系发展的总体综述
- 二、2013年我国汽车零部件进出口分析

第十四章 2013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、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第二节 中通客车控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第三节 安徽安凯汽车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第四节 厦门金龙汽车集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第十五章 2013-2018年中国客车市场前景趋势分析

第一节2013-2018年中国汽车工业发展前景及预测

第二节2013-2018年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 2013-2018年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

图表目录：部分

图表：2009-2013年汽车产销量数据统计（单位：万辆）

图表：2009-2012年载货汽车产销量数据统计（单位：万辆）

图表：2009-2012年公路客车产销量数据统计（单位：万辆）

图表：2009-2012年轿车产销量数据统计（单位：万辆）

图表：2002-2012年中国民用汽车保有量统计

图表：2011年我国分省市民用汽车拥有量

图表：1978-2011年我国不同类型民用汽车拥有量(万辆)

图表：私人汽车拥有量（万辆）

图表：2011年不同省市私人汽车拥有量

图表：2011年各省不同类型私人汽车保有量

图表：2007-2012年中国客车产量统计：万辆

图表：2007-2012年中国客车销量统计：万辆

图表：2007-2012年中国客车进口量统计：万辆

图表：2007-2012年中国客车出口量统计：万辆

图表：2012年中国客车市场品牌格局：%

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/141563.html>