

2009年度中国大中型客车市场调 研及2010-2012年发展预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009年度中国大中型客车市场调研及2010-2012年发展预测报告》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.abaogao.com/b/keche/883827S0TE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2009年度中国[b]大中型客车[b]市场调研及2010-2012年发展预测报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 研究范围界定及(研究范围界定及市场分析)市场回顾[/b]

第一节 研究范围界定

一 大型客车

二 中型客车

第二节 市场发展背景

一 2009-2010年经济发展

二 2009-2010年居民收入增长

三 2009-2010年旅游业发展

四 2009-2010年公路客运

[b]第二章 2009-2010年大中型客车市场[/b]

第一节 2008年大中型客车市场

一 2008年大型客车销量

二 2008年大型客车销量结构

三 2008年大型客车销量排名

四 2008年中型客车销量

五 2008年中型客车销量结构

六 2008年中型客车销量排名

七 2008年大中型客车市场影响因素

第二节 2009年大中型客车市场

一 2009年大中型客车销量

二 2009年大中型客车区域销量

三 2009年大中型客车销量排名

[b]第三章 2009-2010年大中型客车产销[/b]

第一节 2008-2009年大型客车产销

一 2008年大型客车（分车型）产量

二 2009年大型客车（分车型）产量

三 2008年大型客车（分车型）销量

四 2009年大型客车（分车型）销量

第二节 2008-2009年中型客车产量

一 2008年中型客车（分车型）产量

二 2009年中型客车（分车型）产量

三 2008年中型客车（分车型）销量

四 2009年中型客车（分车型）销量

第三节 2008-2009年大中型客车出口

一 2008年大中型客车出口

二 2009年大中型客车出口

[b]第四章 2009-2010年新能源大中型客车市场[/b]

第一节 国内新能源客车分类

一 CNG客车

二 LPG客车

三 混合动力客车

四 电动客车

五 LNG客车

六 燃料电池客车

七 醇燃料客车

八 其他能源客车

第二节 新能源客车整车政策

一 财政补贴方式

二 城市示范推广

第三节 新能源汽车车型分析

一 混合动力车型

二 天然气动力车型

三 纯电动车型

四 燃料电池车型

第四节 2008-2009年企业动态

一 安凯客车

二 中通客车

三 宇通客车

四 福田汽车

五 金龙汽车

六 黄海客车

七 恒通客车

[b]第五章 2009-2010年市场竞争格局分析[/b]

第一节 2009年中国客车品牌分析

一 2009年客车企业品牌发展特点

二 2009年郑州宇通

三 2009年苏州金龙

四 2009年厦门金龙

五 2009年厦门金旅

第二节 2009年上海市场解析

一 2009年上海大中型客车销量结构

二 2009年企业销售和集中度

三 各企业客车长度段优势分析

四 大型公交车市场竞争分析

五 上海公交企业现有车型

六 按价格区间划分上海市场销售

七 进入上海市场营销策略

八 上海“迎世博”公交潜在市场

第三节 2009年广东市场解析

一 2009年1-9月7m以上各长度段销售

二 销售和集中度情况分析

三 各个长度段的优势表现

四 前三季度各个长度区间重点车型

[b]第六章 2009-2010年大中型客车企业竞争力[/b]

第一节 福田汽车

一 企业概况

二 产品系列

三 2008-2009年产销

四 2008-2009年运营

五 2008-2009年盈利

第二节 金龙汽车

一 企业概况

二 产品系列

三 2008-2009年产销

四 2008-2009年运营

五 2008-2009年盈利

第三节 亚星客车

一 企业概况

二 产品系列

三 2008-2009年产销

四 2008-2009年运营

五 2008-2009年盈利

第四节 宇通客车

一 企业概况

二 产品系列

三 2008-2009年产销

四 2008-2009年运营

五 2008-2009年盈利

第五节 中通客车

一 企业概况

二 产品系列

三 2008-2009年产销

四 2008-2009年运营

五 2008-2009年盈利

第六节 安凯客车

一 企业概况

二 产品系列

三 2008-2009年产销

四 2008-2009年运营

五 2008-2009年盈利

[b]第七章 2010-2012年市场前景及投资分析[/b]

第一节 2010年市场产品预测

一 公交车领跑行业

二 团体、旅游车市场看好

三 公路客车基本持平

第二节 2010-2012年行业发展建议

一 加强客车行业整体战略规划

二 加大国家政策支持力度

三 提高我国客车工业技术水平

四 加快行业重组整合步伐

第三节 2010-2012年客车企业经营策略

图表 1 2000-2010年中国GDP增长一览表

图表 2 2000-2008年中国居民可支配收入增长一览表

图表 3 2000-2008年中国旅游(旅游市场分析)市场发展一览表

图表 4 2008年大型客车月度销量一览表

图表 5 2008年大型客车主要生产企业销量及市场份额一览表

图表 6 2008年中型客车月度销量一览表

图表 7 2008年中型客车主要生产企业销量及市场份额一览表

图表 8 国内新能源客车种类

图表 9 2009年上海区域7M以上客车销量

图表 10 前10名主要竞争对手按长度段划分销售情况一览表

图表 11 2009年上海按长度段划分公交车销售比例

图表 12 主要客车企业11-12M公交车销量

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/keche/883827S0TE.html>