

2015-2020年中国客车市场 全景调查与投资前景报告

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

《2015-2020年中国客车市场全景调查与投资前景报告》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/C97161WPD8.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

我国汽车工业经过四十多年的发展，已经成为支撑国民经济发展的支柱产业，汽车产量增长迅速。2009年我国汽车产销量均超过1,300万辆，首次超过美国成为世界第一大汽车产消国；2010年，在购置税优惠、以旧换新、汽车下乡、节能惠民产品补贴等多种鼓励消费政策叠加效应的作用下，我国汽车产销量突破1,800万辆；2013年实现汽车产量和销量2,211.68万辆和2,198.41万辆，连续五年保持世界首位，保持稳健增长态势；2014年我国汽车产量达到2372.29万辆，销量为2349.19万辆。

综合实力是判断汽车行业内公司是否具有未来重大投资价值的重要依据。根据轿车行业资金密集、技术密集等特性，我们将乘用车企业的综合实力划分为资金的充分积累、技术产品的储备、生产制造条件以及营销能力等四大要素，充分体现出公司在行业内的竞争能力。首先，在汽车特别是轿车消费向中高级产品消费趋势明显情况下，投资需求增大，要求公司具有较好的资金积累；其次，中、高级产品以及技术的储备是否充足，决定公司产品的竞争能力；另外，生产制造技术以及零部件供应体系是否完善决定公司产品的质量；最后，汽车中特别是乘用车作具有消费品的特性，公司营销能力的低劣决定产品的品牌的长期价值。

预计未来几年，我国汽车特别是轿车的价格将呈不断下降的趋势，除高档轿车外，其他车型价格基本与国际接轨。主要依据是：汽车生产能力的增长开始超过市场需求量的增长。自2002年以来，汽车市场的发展速度则远落后于汽车产能的增长速度，这意味着我国即将形成的大规模汽车生产能力将出现严重地相对过剩的局面。

汽车单位生产成本呈下降趋势。汽车工业是一个规模经济十分明显的行业，单位产品成本随生产规模增加而下降的趋势十分明显。

私人购车占据主导地位意味着市场对价格越来越敏感。私人购车已成为当今汽车市场消费的主流，这意味着一些价格居高不下，或者价格虚高的厂家，在市场的压力下不得不降低产品价格。

我国大型客车（车长>10米）产量从2008年的36665辆增长至2013年的79222辆，2014年1-12月大型客车（车长>10米）达到80684辆。

我国中型客车（7米<车长）产量从2008年的42626辆增长至2013年的790537辆，2014年1-12月我国中型客车（7米<车长）达到61579辆。

我国轻型客车销量从2008年的171695辆增长至2013年的329315辆，2014年1-12月我国轻型客车销量达到385427辆。

客车行业研究报告共十七章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您

所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。客车行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了客车行业市场潜在需求与市场机会，报告对客车行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国客车行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 国内外客车产业整体运行态势	1
第一章 2014年国内外汽车产业整体运行态势分析	1
第一节 2014年国际汽车工业运行简述	1
一、国外汽车产业利用外资模式的分析	1
二、国际汽车工业发展变化特征	7
三、金融危机对世界汽车产业发展的影响	19
四、世界各国政府汽车产业发展政策比较分析	19
五、中欧与东欧汽车工业的发展概况	24
第二节 近几年中国汽车产销数据同比分析	24
一、2010年国内汽车产销数据分析	24
二、2011年中国汽车产销分析	25
三、2012年中国汽车产销分析	25
四、2013年中国汽车产销分析	25
五、2014年中国汽车产销分析	26
第三节 2014年中国汽车工业发展现状	27
一、我国汽车市场发展趋好的主要依据	27
二、中国汽车出口形势不容乐观	28
第四节 2009-2014年中国汽车制造行业数据监测分析	29

一、2009-2014年中国汽车制造行业规模分析	29
二、2014年中国汽车制造行业结构分析	30
三、2009-2014年中国汽车制造行业产值分析	30
四、2009-2014年中国汽车制造行业成本费用分析	31
五、2009-2014年中国汽车制造行业盈利能力分析	31
第五节 2014年中国汽车行业发展的的问题	32
一、国外贸易保护政策阻碍我国汽车出口	32
二、中国汽车行业自身存在的缺陷	33
三、中国汽车工业面临人才紧缺难题	35
第六节 2014年促进中国汽车行业发展的对策	37
一、紧缩银根政策下汽车行业的应对之策	37
二、中国汽车产业应坚持走精益生产之路	38
三、中国汽车行业发展的战略对策	40
第七节 2014年国内兼并重组分析	41
一、国内整车企业联合与重组	41
二、零部件企业或项目联合与重组	42
三、汽车企业与相关领域联合或重组	43
四、国内企业联合重组发展趋势	44
第二章 2014年世界客车行业运行形势解析	46
第一节 2014年世界客车产业运行政策环境解析	46
一、世界客车安全法规特点分析	46
二、国外汽车型式认证制度	47
三、欧洲客车法规和标准	50
四、美国新客车气体排放标准	57
五、日本提高客车燃料效率	58
第二节 2014年世界客车产业运行总况	59
一、世界客车市场格局及产能分析	59
二、世界客车主要应用技术设备情况	61
三、世界客车业更注重节能与环保	63
四、世界客车技术应用情况	64
1、大中型客车新技术应用	64

2、国外客车安全技术浅析	66
3、欧洲客车行业的技术创新	67
4、欧洲大型客车安全性技术及应用状况	68
第三节 2014-2019年世界大中型客车市场发展预测分析	74
一、公共交通将拉动客车需求上升	74
二、世界大中型客车发展趋势	75
三、全球客车市场将进一步扩大	77
第三章 2014年中国客车产业整体运行态势分析	78
第一节 2014年中国客车行业亮点分析	78
一、客车行业加速结构调整	78
二、社会资本抄底客车市场	80
三、混合动力客车产业化起步	80
四、政策助力农村客车市场启动	81
五、客车业主要区域市场发展特征	82
六、技术水平及配套环境逐步升级	83
第二节 2014年中国客车行业现状分析	83
一、中国客车产业正在走向世界	83
二、中国客车行业进入转型期	84
三、外资介入中国客车领域	85
四、“中国制造”获得全球客车行业瞩目	85
五、中国本土客车企面临变革	86
六、金融危机催生客车行业格局变动	86
第三节 2014年中国客车国际化发展分析	88
一、中国客车企业实施国际化战略的意义	88
二、我国客车企业国际化取得明显成效	89
三、我国客车安全标准国际化亟待推进	90
四、中国客车国际化进程中面临的挑战	92
五、中国客车开拓国际市场的对策	93
六、中国自主品牌客车发展海外道路宽阔	93
第四节 2014年中国客车市场品牌分析	94
一、中国客车产业品牌发展历程	94

二、中国客车品牌发展解析	100
三、客车企业发展中的品牌靶向力分析	101
四、中国客车品牌建设的对策措施	104
五、中国客车行业的品牌成长	105
第五节 2014年中国客车产业热点问题探讨	106
一、客车企业对标准法规反应迟钝	106
二、客车行业整合状况	106
三、缺乏市场主动权	107

第二部分 中国客车市场深度剖析 108

第四章 2008-2014年中国客车产业数据统计分析 108

第一节 2008-2014年中国大型客车（车长>10米）产量统计分析 108

一、2008-2014年全国大型客车（车长>10米）产量分析	108
二、2014年全国及主要企业大型客车（车长>10米）产量分析	109
三、2014年大型客车（车长>10米）产量集中度分析	112

第二节 2008-2014年中国中型客车（7米<车长）产量统计分析 113

一、2008-2014年全国中型客车（7米<车长）产量分析	113
二、2014年全国及主要企业中型客车（7米<车长）产量分析	115
三、2014年中型客车（7米<车长）产量集中度分析	118

第三节 2008-2014年中国轻型客车（车长≤7米）产量统计分析 119

一、2008-2014年全国轻型客车（车长≤7米）产量分析	119
二、2014年全国及主要企业轻型客车（车长≤7米）产量分析	120
三、2014年轻型客车（车长≤7米）产量集中度分析	123

第五章 2014年中国客车市场运行新形势分析 126

第一节 2014年中国客车市场现状综述 126

一、我国客车市场需求同比分析	126
二、中国客车业订单量统计分析	128
三、政策助力农村客车市场启动	134

第二节 2008-2014年中国客车销售数据分析 139

一、2008-2014年中国客车整车销售数据分析	139
二、2008-2014年中国客车地盘销售数据分析	139

第三节 2008-2014年中国客车按车型划分销售数据分析	140
一、2008-2014年中国大型客车销售情况分析	140
二、2008-2014年中国中型客车销售情况分析	143
三、2008-2014年中国轻型客车销售情况分析	146
第四节 2008-2014年中国客车销售对比分析	149
一、中国客车地区销售情况对比分析	149
二、中国客车销量前十企业统计	153
第五节 2014-2019年中国客车市场潜在情况预测	153
一、新能源客车	153
二、大容量公交车	157
三、农村市场	159
第六节 2014年中国客车市场价格分析	161
一、中国客车行业进入低利润时期	161
二、中国客车市场价格战的原因及特点	162
三、客车企业应关注非价格竞争	163
第七节 2014年中国客车市场营销分析	163
一、中国客车行业的营销环境	163
二、中国客车营销中存在的问题	164
三、客车营销中三种创新营销思路解析	165
四、中国客车营销模式需要理性思考	166
五、新形势下客车企业营销创新解析	170
第六章 近几年中国客车进出口数据监测	175
第一节 2014年中国客车进出口贸易综述	175
一、全球客车采购焦点锁定中国	175
二、中国客车企业积极开拓国际市场	178
三、我国客车出口面临的形势	179
四、影响中国进出口贸易的因素分析	179
第二节 2009-2014年中国30座及以上大型客车进出口数据统计情况(87021091)	180
一、30座及以上大型客车进出口数量分析	180
二、30座及以上大型客车进出口金额分析	181
三、30座及以上大型客车进出口国家及地区分析	181

第三节 2009-2014年中国20≤座 < 30柴油型客车进出口数据统计情况 (87021092)	182
一、 20≤座 < 30柴油型客车进出口数量分析	182
二、 20≤座 < 30柴油型客车进出口金额分析	183
三、 20≤座 < 30柴油型客车进出口国家及地区分析	183
第四节 2009-2014年中国10≤座≤19柴油机客车进出口数据统计情况 (87021093)	184
一、 10≤座≤19柴油机客车进出口数量分析	184
二、 10≤座≤19柴油机客车进出口金额分析	185
三、 10≤座≤19柴油机客车进出口国家及地区分析	185
第五节 2009-2014年中国其他10≤座≤19机动客车进出口数据统计情况 (87029030)	186
一、 其他10≤座≤19机动客车进出口数量分析	186
二、 其他10≤座≤19机动客车进出口金额分析	187
三、 其他10≤座≤19机动客车进出口国家及地区分析	187
第三部分 中国客车细分市场分析	189
第七章 2014年中国大中型客车市场需求应用调研	189
第一节 2014年中国大中型客车市场综述	189
一、 我国大中型客车市场调整步伐加快	189
二、 2014年大中型客车市场发展形势	190
三、 2014年大型客车主要品牌广告投放监测数据	191
四、 “补涨”痕迹明显 大型客车收获意外之喜	191
五、 我国大中型客车发展中面临的挑战	192
第二节 国内部分地区大中型客车销售状况	193
二、 浙江	194
三、 辽宁	194
四、 四川	195
五、 上海	195
第三节 大中型客车的设计造型及相关技术因素分析	196
一、 国外大中型客车外形造型发展趋势	196
二、 中国大中型客车外形造型的发展	196
三、 大中型客车外饰品对车身造型的影响	198
四、 大中型客车的安全性能设计	199
第四节 中国大中型客车出口情况分析与发展方向	206

一、近年我国大中型客车出口特点	206
二、我国大中型客车出口面临的问题	207
三、我国在世界客车格局中的地位及发展方向	208
第五节 大中型客车发展趋势及前景预测	209
一、当前我国大中型客车行业发展形势展望	209
二、国内大中型客车市场的发展方向	210
三、大中型客车产业未来发展模式及特点	213
四、中国大型客车发展前景看好	214
第八章 2014年中国公路客车市场深度聚焦	216
第一节 中国公路客车市场总体概况	216
一、公路客车产品优化分析	216
二、公路建设为给公路客车业发展提供机遇	218
三、中国公路客车行业发展壮大的基础	218
四、休假制度调整对公路客车市场的影响	219
五、我国公路客车行业面临的挑战	221
六、公路客车市场进一步扩张的对策措施	221
第二节 近几年中国公路客车市场分析	222
一、天然气客车进入国内公路客运市场分析	222
二、我国公路客车销量分析	223
三、促进中型公路客车发展的三大市场因素	224
四、中国公路客车市场营销策略分析	225
第三节 双层公路客车	231
一、我国双层客车市场发展现状	231
二、我国双层公路客车的政策环境	233
三、双层客车发展的主要制约因素	234
四、双层客车市场前景分析	236
五、国产双层公路客车的发展策略	236
第四节 中国公路客车发展趋势及前景预测	237
一、公路客车产品趋向优化升级	237
二、公路客车市场前景依然广阔	239
三、高速客车市场潜力巨大	240

第九章 2014年中国城市客车市场透析	242
第一节 城市客车发展历程及特点	242
一、中国城市客车发展的三个阶段	242
二、城市客车发展特点解析	243
第二节 中国城市客车市场概况	245
一、中国城市客车需求不断上升	245
二、首部城市客车国家标准初步形成	246
三、促进我国城市客车市场发展的主要因素	247
四、新技术有力推动城市客车行业发展进步	248
五、我国城市公共交通发展存在的主要问题	249
六、我国城市客车发展面临的技术问题	251
第三节 城市公交客车	253
一、公交优先政策推动公交客车市场发展	253
二、我国公交客车行业进入快速发展期	254
三、2014年中国公交客车出口状况	258
四、2014年我国公交客车市场发展剖析	259
五、公交客车发展趋势及市场需求预测	260
六、安全性成公交客车需解决的首要问题	264
第四节 中国城市客车新产品透析	266
一、中国发展节能型城市客车	266
二、低地板城市客车起步	269
三、中国电动城市客车的开发	275
第五节 城市客车行业发展趋势及前景	279
一、我国城市客车行业未来发展趋势	279
二、中国城市客车的现代化趋势	281
三、我国城市客车市场发展前景广阔	283
四、城市公交客车市场将迎来跨越式发展	283
第十章 2014年中国旅游客车市场探析	285
第一节 中国旅游客车市场发展现状	285
一、中国旅游客车市场发展势头良好	285

二、我国旅游客车市场发展特点	285
三、海南旅游客车市场火热	286
四、中国旅游客车市场主流产品分析	288
五、“北汽模式”引领旅游客车购车时尚	289
六、旅游客车市场有望借火取暖	291
第二节 促进中国旅游客车行业发展的策略	294
一、加强国内重点区域市场运作	294
二、加强市场及产品的研究及规划	295
三、提高旅游客车产品的技术水平	295
四、加强宣传打造品牌竞争力	296
第三节 中国旅游客车前景趋势预测	296
一、旅游客车产品未来发展趋势	296
二、景观车将成旅游成客车市场新热点	298
三、旅游客车市场前景广阔	299
第四部分 中国客车市场竞争态势分析	300
第十一章 2014年中国客车市场竞争格局分析	300
第一节 中国客车市场竞争态势	300
一、中国客车市场的竞争主体	300
二、中国客车市场竞争现状	301
三、中国客车行业进入利价比竞争时代	302
四、中国客车与国外客车存在的差异	302
五、国内车企竞相研发新能源客车	305
第二节 客车市场竞争要素分析	308
一、价格要素	308
二、降低油耗	308
三、客车业客户资源竞争	312
第三节 中国客车行业竞争策略	315
一、行业层次竞争策略	315
二、差异化策略提升客车行业竞争力	315
三、二线客车企业品牌竞争策略	317
四、公铁竞争背景下的客车行业应对策略	321

第四节 提升客车行业竞争力的建议 323

一、重视品牌建设 323

二、强化售后服务 323

三、培养核心竞争力 323

四、制造符合需求的产品 324

五、提升内在素质 324

第五节 中国客车市场竞争趋势 325

一、市场战略全面化 325

二、竞争市场细分化 325

三、经营决策科学化 325

四、管理观念前沿化 325

五、企业管理市场化 326

第十二章 2014年国外客车企业运行情况分析 328

第一节 荷兰VDL集团 328

一、企业产品分析 328

二、企业制造基地分布情况 330

三、企业品牌发展分析 330

四、企业投资策略分析 331

第二节 VANHOOL 331

第三节 瑞典沃尔沃客车公司 332

第四节 日本三菱扶桑卡客车公司 332

第五节 德国尼奥普兰客车股份有限公司 333

第六节 IRISBUS 333

第七节 MERCEDES-BENZ 334

第八节 IRIZAR 334

第九节 SCANIA-斯堪尼亚 337

第十节 荷兰BOVA客车公司 339

第十三章 2014年中国重点客车企业竞争性财务数据分析 340

第一节 郑州宇通客车股份有限公司（600066） 340

一、企业概况 340

二、企业主要经济指标分析	342
三、企业盈利能力分析	342
四、企业偿债能力分析	343
五、企业运营能力分析	344
六、企业成长能力分析	345
第二节 厦门金龙汽车集团股份有限公司（600686）	345
一、企业概况	345
二、企业主要经济指标分析	346
三、企业盈利能力分析	346
四、企业偿债能力分析	348
五、企业运营能力分析	349
六、企业成长能力分析	349
第三节 中通客车控股股份有限公司（000957）	350
一、企业概况	350
二、企业主要经济指标分析	351
三、企业盈利能力分析	351
四、企业偿债能力分析	353
五、企业运营能力分析	354
六、企业成长能力分析	354
第四节 安徽安凯汽车股份有限公司（000868）	355
一、企业概况	355
二、企业主要经济指标分析	355
三、企业盈利能力分析	356
四、企业偿债能力分析	357
五、企业运营能力分析	358
六、企业成长能力分析	358
第五部分 中国客车关联产业透析	359
第十四章 2014年中国客车相关联产业运行分析	359
第一节 公路交通业	359
一、我国公路运输业发展概况	359
二、燃油税费改革给公路运输业带来发展机遇	363

三、国家政策支持公路行业投资建设	366
四、未来我国公路建设将保持稳步发展态势	368
第二节 钢铁产业	368
一、全球钢铁工业受到冲击	368
二、我国钢铁行业运行分析	371
三、中国钢铁工业发展简述	376
四、金融危机下中国钢铁业面临的机遇与挑战	379
五、我国钢铁工业存在的问题及发展策略	383
第三节 石化产业	391
一、我国石油化学行业总体运行状况	391
二、国内石化行业运行态势	393
三、金融危机对国内石化行业的影响	395
四、扩大内需市场使化工行业受益	396
五、石化产业调整和振兴规划（2009-2014年）	396
第四节 汽车零部件	403
一、中国汽车零部件产业发展分析	403
二、国内汽车零部件企业业绩回升	408
三、我国汽车零部件进口税率调整	413
四、制约中国汽车零部件工业发展的主要因素	413
五、我国汽车零部件工业的定位及发展趋势	415
第十五章 2014年中国客车主要零部件及国内外主要供应商分析	418
第一节 2014年主要客车零部件阐述	418
一、发动机配件	418
二、传动系配件	421
三、制动系配件	424
四、转向系配件	426
五、行走系配件	428
六、电器仪表系配件	432
七、安全防盗	439
八、综合配件	439
第二节 2014年国外主要客车零部件厂商分析	443

一、爱信 (AISIN AW)	443
二、德国博世集团	443
三、美国德尔福	445
四、法国法雷奥集团	447
五、美国天合汽车集团	447
第三节 2014年国内主要客车零部件企业分析	449
一、万向集团公司	449
二、上海汇众汽车制造有限公司	450
第六部分 中国客车产业前瞻及投资潜力研究	452
第十六章 2014-2019年中国客车市场前景趋势分析	452
第一节 2014-2019年中国汽车工业发展前景及预测	452
一、2014-2019年中国汽车制造行业预测分析	452
二、我国汽车行业“十二五”规划主要看点	453
三、未来中国汽车产业的发展方向	455
四、中国汽车工业的总体发展趋势	456
五、绿色制造是中国汽车产业发展新方向	459
第二节 2014-2019年中国客车市场发展趋势分析	460
一、客车行业将进行新一轮调整	460
二、客车企业发展趋势	463
三、出口成为客车业发展趋势	464
四、中国客车行业产品技术发展趋势分析	464
五、客车底盘行业发展大有空间	469
第三节 2014-2019年中国客车行业发展方向分析	470
一、发展以人为本的客车产品	470
二、建设节能环保的客车产业	470
三、构建经营环境和谐客车产业链	471
第四节 2014-2019年中国客车行业市场前景预测分析	472
一、中国客车产销预测分析	472
二、中国客车进出口贸易预测分析	473
三、中国客车行业市场盈利预测分析	473

第十七章 2014-2019年中国客车行业投资战略研究 476

第一节 2014-2019年中国客车市场投资机会分析 476

一、中国客车业前景无限 476

二、中国农村客运市场商机无限 476

第二节 2014-2019年中国客车行业投资风险及建议 477

一、企业经营风险分析 477

二、行业竞争风险分析 477

三、行业替代技术和产品风险分析 479

四、行业利润风险分析 480

第三节 权威专家投资建议（ZY LXY） 480

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/keche/C97161WPD8.html>