

2018-2024年中国客车+互 联网行业前景研究与未来发展趋势报告

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

《2018-2024年中国客车+互联网行业前景研究与未来发展趋势报告》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/G35327SDX5.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

1-4月客车行业销售13.1万辆，同比下滑20.9%。细分来看，大客销售1.43万辆，同比下滑31.2%；中客销售1.39万辆，同比下滑41.7%；轻客销售10.25万辆，同比下滑15.0%，轻客相对大中客而言销量下滑较少。由于补贴退坡、动态目录新政、补贴发放门槛大幅提高、地补进度放缓等一系列因素影响，1-4月新能源客车产量仅3420辆，同比下滑82%，而新能源客车以大中客为主，从而导致大中客市场下滑严重。

1-4月大中客销量增速明显下滑资料来源：公开资料整理

1-4月新能源客车产量同比下滑82%资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国客车+互联网行业前景研究与未来发展趋势报告》共八章。首先介绍了客车+互联网行业市场发展环境、客车+互联网整体运行态势等，接着分析了客车+互联网行业市场运行的现状，然后介绍了客车+互联网市场竞争格局。随后，报告对客车+互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了客车+互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对客车+互联网产业有个系统的了解或者想投资客车+互联网行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

- 二、 “互联网+”的内涵
- 三、 “互联网+”的发展
- 四、 “互联网+”的评价
- 五、 “互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下客车行业的机会与挑战

第一节 2017年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

- (一) 总体网民规模分析
- (二) 分省网民规模分析
- (三) 手机网民规模分析
- (四) 网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

- (一) 信息获取情况分析
- (二) 商务交易发展情况
- (三) 交流沟通现状分析
- (四) 网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下客车行业的机会与挑战

- 一、互联网时代行业大环境的变化
- 二、互联网直击传统行业消费痛点
- 三、互联网助力企业开拓市场
- 四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网客车行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的供应链格局
- 二、互联网改变生产厂商营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配
- 四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 客车与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 客车行业发展现状分析

第一节 客车行业发展现状分析

一、客车行业产业政策分析

二、客车行业发展现状分析

2016年10月大型客车(分车型)产量统计表 指标名称 本月完成:辆 本期止累计:辆 同期止累计:辆 比上月增长% 比同期增长% 比同期累计增长% (一)大型客车 7823 64704 60853 15.9 11.53 6.33 郑州宇通集团有限公司 2474 18238 19464 5.91 3.82 -6.3 比亚迪汽车工业有限公司 1584 7304 1863 39.31 - 292.06 金龙联合汽车工业(苏州)有限公司 363 6497 8259 -39.3 -57.94 -21.33 厦门金龙联合汽车工业有限公司 698 6329 6958 26.45 28.07 -9.04 中通客车控股股份有限公司 300 5324 4050 15.83 -23.86 31.46 北汽福田汽车股份有限公司 515 5293 4648 -7.21 -13.74 13.88 厦门金龙旅行车有限公司 475 4873 5414 17.87 -29.53 -9.99 扬州亚星客车股份有限公司 666 2905 1536 372.34 424.41 89.13 上海申龙汽车有限公司 237 1735 1131 40.24 166.29 53.4 安徽安凯汽车股份有限公司 107 1710 2059 -6.14 -66.35 -16.95 上海申沃客车有限公司 162 1276 547 -22.86 260 133.27 南京金龙客车制造有限公司 133 1193 0 - 0 0 桂林客车工业集团有限公司 43 380 1184 -41.1 -83.14 -67.91 北京北方华德尼奥普兰客车股份有限公司 19 331 499 -44.12 -57.78 -33.67 东风汽车公司 4 267 31 -92 -55.56 - 重庆恒通客车有限公司 20 224 688 -4.76 -81.82 -67.44 丹东黄海汽车有限责任公司 6 201 961 -45.45 -97.67 -79.08 金华青年汽车制造有限公司 10 196 590 -23.08 -84.38 -66.78 深圳市五洲龙汽车有限公司 0 129 0 -100 0 0 潍柴(重庆)汽车有限公司 0 92 141 -100 -100 -34.75 西安西沃客车有限公司 1 67 163 -66.67 -85.71 -58.9 湖南中联重科车桥有限公司 6 60 42 -71.43 -53.85 42.86 中国重型汽车集团有限公司 0 42 362 0 -100 -88.4 江西江铃集团晶马汽车有限公司 0 21 0 0 0 0 中国第一汽车集团公司 0 17 229 0 -100 -92.58 陕西汽车集团有限责任公司 0 0 13 0 0 -100 广州广汽比亚迪新能源客车有限公司 0 0 11 0 0 -100 广汽日野(沈阳)汽车有限公司 0 0 10 0 0 -100 北京中大燕京汽车有限公司 0 0 0 0 0 0 四川现代汽车有限公司 0 0 0 0 0 0 资料来源:公开资料,智研数据研究中心整理

2016年10月中型客车(分车型)产量统计表 指标名称 本月完成:辆 本期止累计:辆 同期止累计:辆 比上月增长% 比同期增长% 比同期累计增长% (二)中型客车 6064 59596 47798 -16.76 17.52 24.68 郑州宇通集团有限公司 2683 27545 20696 -17.93 17.73 33.09 金龙联合汽车工业(苏州)有限公司 225 4806 5013 -33.82 -62.81 -4.13 中通客车控股股份

有限公司 778 3722 1094 15.09 - 240.22 厦门金龙旅行车有限公司 259 3493 2137 -50.1
 21.6 63.45 安徽安凯汽车股份有限公司 312 3323 2867 -48.6 -28.77 15.91 厦门金龙联合
 汽车工业有限公司 198 2314 3451 122.47 -1.98 -32.95 *一汽丰田销售公司 179 2167
 2218 -20.44 -44.24 -2.3 东风汽车公司 437 2021 1925 209.93 18.75 4.99 比亚迪汽车工
 业有限公司 199 1577 924 -61.36 0 70.67 中国重型汽车集团有限公司 96 1480 140
 -21.95 - - 北汽福田汽车股份有限公司 174 1425 1256 33.85 17.57 13.46 南京金龙客车
 制造有限公司 107 1004 0 -36.69 0 0 江西江铃集团晶马汽车有限公司 38 944 390 -58.7
 137.5 142.05 河南少林客车股份有限公司 40 654 1570 -20 -69.92 -58.34 上海申龙汽
 车有限公司 28 487 436 -78.95 -68.89 11.7 四川现代汽车有限公司 40 485 597 25 -24.53
 -18.76 扬州亚星客车股份有限公司 6 458 995 -90.77 -88.46 -53.97 上海申沃客车有限
 公司 0 350 465 0 0 -24.73 福建奔驰汽车工业有限公司 48 350 243 -18.64 92 44.03
 桂林客车工业集团有限公司 41 241 465 272.73 -67.97 -48.17 丹东黄海汽车有限责任公司
 136 237 253 - - -6.32 重庆恒通客车有限公司 0 203 312 0 -100 -34.94 北京北方华
 德尼奥普兰客车股份有限公司 28 132 170 - 115.38 -22.35 中国第一汽车集团公司 0 123
 42 -100 -100 192.86 金华青年汽车制造有限公司 8 45 70 300 300 -35.71 广州广汽比
 亚迪新能源客车有限公司 4 5 48 0 0 -89.58 西安西沃客车有限公司 0 5 10 -100 0 -50
 陕西汽车集团有限责任公司 0 0 10 0 0 -100 广汽日野(沈阳)汽车有限公司 0 0 1 0
 0 -100 深圳市五洲龙汽车有限公司 0 0 0 0 0 0 资料来源：公开资料，智研数据研究中
 心整理

三、客车行业主要企业分析

四、客车行业市场规模分析

第二节 客车行业市场前景分析

一、客车行业发展机遇分析

二、客车行业市场规模预测

三、客车行业发展前景分析

第四章 客车行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 客车电商市场规模与渗透率

一、客车电商总体开展情况

二、客车电商交易规模分析

三、客车电商渠道渗透率分析

第二节 客车电商行业盈利能力分析

- 一、客车电子商务发展有利因素
- 二、客车电子商务发展制约因素
- 三、客车电商行业经营成本分析
- 四、客车电商行业盈利模式分析
- 五、客车电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、客车电商行业市场空间测算
- 二、客车电商市场规模预测分析
- 三、客车电商发展趋势预测分析

第五章 客车企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 客车企业转型电商构建分析

- 一、客车电子商务关键环节分析
 - (一) 产品采购与组织
 - (二) 电商网站建设
 - (三) 网站品牌建设及营销
 - (四) 服务及物流配送体系
 - (五) 网站增值服务
- 二、客车企业电子商务网站构建
 - (一) 网站域名申请
 - (二) 网站运行模式
 - (三) 网站开发规划
 - (四) 网站需求规划

第二节 客车企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节 客车企业转型电商平台选择分析

- 一、客车企业电商建设模式
- 二、自建商城网店平台

- (一) 自建商城概况分析
- (二) 自建商城优势分析
- 三、借助第三方网购平台
 - (一) 电商平台的优劣势
 - (二) 电商平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
 - (一) 电商服务外包的优势
 - (二) 电商服务外包可行性
 - (三) 电商服务外包前景
- 五、客车企业电商平台选择策略

第六章 客车行业电子商务运营模式分析

第一节 客车电子商务B2B模式分析

- 一、客车电子商务B2B市场概况
- 二、客车电子商务B2B盈利模式
- 三、客车电子商务B2B运营模式
- 四、客车电子商务B2B的供应链

第二节 客车电子商务B2C模式分析

- 一、客车电子商务B2C市场概况
- 二、客车电子商务B2C市场规模
- 三、客车电子商务B2C盈利模式
- 四、客车电子商务B2C物流模式
- 五、客车电商B2C物流模式选择

第三节 客车电子商务C2C模式分析

- 一、客车电子商务C2C市场概况
- 二、客车电子商务C2C盈利模式
- 三、客车电子商务C2C信用体系
- 四、客车电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 客车电子商务O2O模式分析

- 一、客车电子商务O2O市场概况
- 二、客车电子商务O2O优势分析

三、客车电子商务O2O营销模式

四、客车电子商务O2O潜在风险

第七章 客车主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 网站D

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节 网站E

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第八章 客车企业进入互联网领域投资策略分析（ZY GXH）

第一节 客车企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 客车企业转型电商物流投资分析

一、客车企业电商自建物流分析

（一）电商自建物流的优势分析

（二）电商自建物流的负面影响

二、客车企业电商外包物流分析

（一）快递业务量完成情况

（二）快递业务的收入情况

（三）快递业竞争格局分析

第三节 客车企业电商市场策略分析（ZY GXH）

图表目录：

图表 2010-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2017年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2021年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统客车消费存在的“痛点”

图表 客车电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2012-2017年客车电商交易规模趋势图

图表 2012-2017年客车电商市场渗透率趋势图

图表 2018-2024年客车电商交易规模预测趋势图

图表 2018-2024年客车电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/keche/G35327SDX5.html>