

# 2011-2015年中国客车行业 市场分析及投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国客车行业市场分析及投资前景评估报告》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/l58532E3QS.html>

报告价格：印刷版：RMB 6800 电子版：RMB 7000 印刷版+电子版：RMB 7200

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

2009年销售各类客车163618辆，同比下降2.32%。分析原因，两大因素主导了客车行业的低迷表现，一是国内市场需求萎缩，二是出口大幅下滑。2009年客车市场的分月销量基本呈单边上扬走势，曲线波动规律与2008年差距较大，而与2007年比较接近，上半年情况较差，下半年基本上已经恢复到正常状态，从分月销量对比情况来看，下半年客车市场的需求状况已经逐渐摆脱金融危机的影响，与2008年比，月均增幅已达到了37.60%。2009年，客车市场的主要支撑来自国内，出口低迷人所共知。据海关发布的数据，2009年，累计出口客车23264辆，出口金额共计63811.79万美元，同比下降的幅度分别为31.43%和41.01%。2009年，50家企业累计生产各类客车164630辆，同比减少936辆，下降0.57%；累计销售163618辆，同比减少3884辆，下降2.32%，其中大中型客车销量为114268辆，同比下降6.33%，大中型座位客车销量为61098辆，同比下降5.46%，大中型公交客车销量为49851辆，同比下降7.33%。

智研数据研究中心发布的《2011-2015年中国客车行业市场分析 & 投资前景评估报告》共十二章。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。

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。

### 第一章 2010-2011年世界客车行业运行形势解析

#### 第一节 2010-2011年世界客车行业运行环境解析

- 一、全球经济现状及影响分析
- 二、世界汽车工业运行分析
- 三、世界客车行业政策环境分析
  - 1、国外汽车型式认证制度
  - 2、欧洲客车法规和标准
  - 3、美国新客车气体排放标准
  - 4、日本提高客车燃料效率

#### 第二节 2010-2011年世界客车产业运行总况

- 一、世界客车市场格局及产能分析

二、世界客车主要应用技术设备情况

三、世界客车业更注重节能与环保

四、世界客车技术应用情况

1、大中型客车新技术应用

2、国外客车安全技术浅析

第三节 2011-2015年世界大中型客车市场发展预测分析

第二章 2010-2011年中国客车产业整体运行态势分析

第一节 2010-2011年中国客车行业亮点分析

一、中国客车行业的发展以结构调整为主

二、技术水平及配套环境逐步升级

三、社会资本促进行业整合

四、中国客车行业竞争焦点集中

第二节 2010-2011年中国客车行业现状分析

一、中国客车产业正在走向世界

二、中国客车行业进入转型期

三、外资介入中国客车领域

四、“中国制造”获得全球客车行业瞩目

五、中国本土客车企面临变革

第三节 2010-2011年中国客车产业热点问题探讨

一、客车企业对标准法规反应迟钝

二、客车行业整合状况

三、缺乏市场主动权

第三章 2007-2011年中国客车产业数据统计分析

第一节 2007-2011年中国大型客车(车长>10米)产量统计分析

一、2007-2010年全国大型客车(车长>10米)产量分析

二、2011年3月全国及主要省份大型客车(车长>10米)产量分析

三、2011年3月大型客车(车长>10米)产量集中度分析

第二节 2007-2011年中国中型客车(7米<车长)产量统计分析

一、2007-2010年全国中型客车(7米<车长)产量分析

二、2011年3月全国及主要省份中型客车(7米<车长)产量分析

三、2011年3月中型客车(7米<车长)产量集中度分析

第三节 2007-2011年中国轻型客车(车长≤7米)产量统计分析

- 一、2007-2010年全国轻型客车(车长≤7米)产量分析
- 二、2011年3月全国及主要省份轻型客车(车长≤7米)产量分析
- 三、2011年3月轻型客车(车长≤7米)产量集中度分析

#### 第四章 2010-2011年中国客车市场运行新形势分析

##### 第一节 2010-2011年中国客车市场现状综述

- 一、我国客车市场需求分析
- 二、中国客车业订单量分析
- 三、政策助力农村客车市场启动

##### 第二节 近几年中国客车销售数据分析

- 一、中国客车整车销售数据分析
- 二、中国客车地盘销售数据分析

##### 第三节 近几年中国客车按车型划分销售数据分析

- 一、中国大型客车销售情况分析
- 二、中国中型客车销售情况分析
- 三、中国轻型客车销售情况分析

##### 第四节 中国客车销售对比分析

- 一、中国客车地区销售情况对比分析
- 二、中国客车销量前十企业统计

##### 第五节 2011-2015年中国客车市场潜在情况预测

- 一、新能源客车
- 二、大容量公交车
- 三、农村市场

##### 第六节 2010-2011年中国客车市场价格分析

- 一、中国客车行业进入低利润时期
- 二、中国客车市场价格战的原因及特点
- 三、客车企业应关注非价格竞争

#### 第五章 2006-2010年中国客车进出口数据监测

##### 第一节 2010-2011年中国客车进出口贸易综述

- 一、全球客车采购焦点锁定中国
- 二、中国客车企业积极开拓国际市场
- 三、我国客车出口面临的形势
- 四、影响中国进出口贸易的因素分析

## 第二节 2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口数据统计情况（87021091）

- 一、30座及以上大型客车进出口数量分析
- 二、30座及以上大型客车进出口金额分析
- 三、30座及以上大型客车进出口国家及地区分析

## 第三节 2006-2010年中国23≤座 < 30柴油型中型客车进出口数据统计情况（87021092）

- 一、23≤座 < 30柴油型中型客车进出口数量分析
- 二、23≤座 < 30柴油型中型客车进出口金额分析
- 三、23≤座 < 30柴油型中型客车进出口国家及地区分析

## 第四节 2006-2010年中国20≤座≤22柴油客车进出口数据统计情况（87021092）

- 一、20≤座≤22柴油客车进出口数量分析
- 二、20≤座≤22柴油客车进出口金额分析
- 三、20≤座≤22柴油客车进出口国家及地区分析

## 第五节 2006-2010年中国10≤座≤19客车进出口数据统计情况（87029030）

- 一、10≤座≤19客车进出口数量分析
- 二、10≤座≤19客车进出口金额分析
- 三、10≤座≤19客车进出口国家及地区分析

## 第六章 2010-2011年中国客车细分领域市场运行分析

### 第一节 大中型客车

- 一、中国大中型客车外形造型
- 二、大中型客车的安全性能设计
- 三、国内大中型客车价格分析
- 四、中国大型客车前景趋势分析

### 第二节 公路客车

- 一、公路客车产品优化分析
- 二、促进中型公路客车发展的三大市场因素
- 三、中国公路客车市场营销策略分析
- 四、公路客车市场前景依然广阔

### 第三节 城市客车

- 一、中国城市客车发展的三个阶段
- 二、中国城市客车需求上升
- 三、中国城市客车新产品透析
- 1、中国发展节能型城市客车

2、低地板城市客车起步

3、中国电动城市客车的开发

四、中国城市客车的现代化趋势

第四节 旅游客车

一、中国旅游客车市场主流产品分析

二、海南旅游客车市场重启

三、“北汽模式”引领旅游客车购车时尚

四、旅游客车市场有望借火取暖

五、旅游客车市场前景预测分析

第七章 2010-2011年中国客车市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国客车市场竞争总况

一、中国客车市场竞争主体分析

二、客车底盘企业竞争发展态势分析

第二节 2010-2011年中国客车市场竞争要素分析

一、价格要素现状分析

二、降低油耗提升客车产品竞争力

三、客车业客户资源竞争分析

第三节 2010-2011年中国客车产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第四节 2010-2011年中国提升客车行业竞争策略分析

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

第八章 2010-2011年国外客车企业运行情况分析

第一节 荷兰VDL集团

一、企业产品分析

二、企业制造基地分布情况

三、企业品牌发展分析

四、企业投资策略分析

## 第二节 VanHool

## 第三节 瑞典沃尔沃客车公司

## 第四节 日本三菱扶桑卡客车公司

## 第五节 德国尼奥普兰客车股份有限公司

## 第六节 Irisbus

## 第七节 Mercedes-Benz

## 第八节 Irizar

## 第九节 Scania-斯堪尼亚

## 第十节 荷兰Bova客车公司

## 第九章 2010-2011年中国重点客车企业竞争力对比与关键性财务数据分析

### 第一节 郑州宇通客车股份有限公司（600066）

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第二节 厦门金龙汽车集团股份有限公司（600686）

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第三节 中通客车控股股份有限公司（000957）

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第四节 安徽安凯汽车股份有限公司（000868）



一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 2010-2011年中国客车相关联产业运行分析

第一节 公路交通业

一、2010-2011年我国公路运输业发展概况

二、燃油税费改革给公路运输业带来发展机遇

三、国家政策支持公路行业投资建设

四、未来我国公路建设将保持稳步发展态势

第二节 钢铁产业

一、全球钢铁工业受到冲击

二、我国钢铁行业运行分析

三、2010-2011年中国钢铁工业发展简述

四、金融危机下中国钢铁业面临的机遇与挑战

五、我国钢铁工业存在的问题及发展策略

第三节 石化产业

一、我国石油化学行业总体运行状况

二、2010-2011年国内石化行业运行态势

三、金融危机对国内石化行业的影响

四、扩大内需市场使化工行业受益

五、石化产业调整和振兴规划（2009-2011年）

第四节 汽车零部件

一、中国汽车零部件产业发展分析

二、国内汽车零部件企业业绩回升

三、起我国汽车零部件进口税率调整

四、制约中国汽车零部件工业发展的主要因素

五、我国汽车零部件工业的定位及发展趋势

第十一章 2010-2011年中国客车主要零部件及国内外主要供应商分析

第一节 2010-2011年主要客车零部件阐述

- 一、发动机配件
- 二、传动系配件
- 三、制动系配件
- 四、转向系配件
- 五、行走系配件
- 六、电器仪表系配件
- 七、安全防盗
- 八、综合配件

## 第二节 2010-2011年国外主要客车零部件厂商分析

- 一、爱信(Aisin AW)
- 二、德国博世集团
- 三、美国德尔福
- 四、法国法雷奥集团
- 五、美国天合汽车集团

## 第三节 2010-2011年国内主要客车零部件企业分析

- 一、万向集团公司
- 二、上海汇众汽车制造有限公司

## 第十二章 2011-2015年中国客车市场前景趋势分析

### 第一节 2011-2015年中国客车市场发展趋势分析

- 一、客车行业将进行新一轮调整
- 二、客车企业发展趋势
- 三、出口成为客车业发展趋势
- 四、中国客车行业产品技术发展趋势分析
- 五、客车底盘行业发展大有空间

### 第二节 2011-2015年中国客车行业发展方向分析

- 一、发展以人为本的客车产品
- 二、建设节能环保的客车产业
- 三、构建经营环境和谐客车产业链

### 第三节 2011-2015年中国客车行业市场盈利预测分析

## 第十三章 2011-2015年中国客车行业投资战略研究

### 第一节 2011-2015年中国客车市场投资机会分析

- 一、中国客车业前景无限

二、中国农村客运市场商机无限

三、2008年奥运会带给客车业新商机

## 第二节 2011-2015年中国客车行业投资风险及建议

一、企业经营风险分析

二、行业竞争风险

三、行业替代技术和产品风险分析

四、行业利润风险分析

五、原材料风险

## 第三节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：按照进气系统分类

图表：按照气缸排列方式分类

图表：按照气缸数目分类

图表：按照冷却方式分类

图表：按照行程分类

图表：按照所用燃料分类

图表：1951-2008年印度新增车辆中巴士占比

图表：1999-2007年中国客车行业销量8年复合增长率

图表：欧 型式认证和生产一致性排放限值

图表：2011-2015年世界大中型客车市场需求预测

图表：2007-2010年全国大型客车(车长>10米)产量分析

图表：2011年3月全国及主要省份大型客车(车长>10米)产量分析

图表：2011年3月大型客车(车长>10米)产量集中度分析

图表：2007-2010年全国中型客车(7米<车长)产量分析

图表：2011年3月全国及主要省份中型客车(7米<车长)产量分析

图表：2011年3月中型客车(7米<车长)产量集中度分析

图表：2007-2010年全国轻型客车(车长≤7米)产量分析

图表：2011年3月全国及主要省份轻型客车(车长≤7米)产量分析

图表：2011年3月轻型客车(车长≤7米)产量集中度分析

图表：2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口数量分析

图表：2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口金额分析

图表：2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口国家及地区分析

图表：2006-2010年中国23&le;座 < 30柴油型中型客车进出口数量分析

图表：2006-2010年中国23&le;座 < 30柴油型中型客车进出口金额分析

图表：2006-2010年中国23&le;座 < 30柴油型中型客车进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国23&le;座 < 30柴油型中型客车进出口国家及地区分析

图表：2006-2010年中国20&le;座&le;22柴油客车进出口数量分析

图表：2006-2010年中国20&le;座&le;22柴油客车进出口金额分析

图表：2006-2010年中国20&le;座&le;22柴油客车进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国20&le;座&le;22柴油客车进出口国家及地区分析

图表：2006-2010年中国10&le;座&le;19客车进出口数量分析

图表：2006-2010年中国10&le;座&le;19客车进出口金额分析

图表：2006-2010年中国10&le;座&le;19客车进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国10&le;座&le;19客车进出口国家及地区分析

图表：郑州宇通客车股份有限公司主要经济指标走势图

图表：郑州宇通客车股份有限公司经营收入走势图

图表：郑州宇通客车股份有限公司盈利指标走势图

图表：郑州宇通客车股份有限公司负债情况图

图表：郑州宇通客车股份有限公司负债指标走势图

图表：郑州宇通客车股份有限公司运营能力指标走势图

图表：郑州宇通客车股份有限公司成长能力指标走势图

图表：厦门金龙汽车集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：厦门金龙汽车集团股份有限公司经营收入走势图

图表：厦门金龙汽车集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：厦门金龙汽车集团股份有限公司负债情况图

图表：厦门金龙汽车集团股份有限公司负债指标走势图

图表：厦门金龙汽车集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：厦门金龙汽车集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中通客车控股股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中通客车控股股份有限公司经营收入走势图

图表：中通客车控股股份有限公司盈利指标走势图

图表：中通客车控股股份有限公司负债情况图

图表：中通客车控股股份有限公司负债指标走势图

图表：中通客车控股股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中通客车控股股份有限公司成长能力指标走势图

图表：安徽安凯汽车股份有限公司主要经济指标走势图

图表：安徽安凯汽车股份有限公司经营收入走势图

图表：安徽安凯汽车股份有限公司盈利指标走势图

图表：安徽安凯汽车股份有限公司负债情况图

图表：安徽安凯汽车股份有限公司负债指标走势图

图表：安徽安凯汽车股份有限公司运营能力指标走势图

图表：安徽安凯汽车股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

本报告对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/keche/I58532E3QS.html>