

2011-2015年中国客车市场 深度评估及未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国客车市场深度评估及未来发展趋势报告》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.cction.com/report/201107/70803.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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%。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国客车市场深度评估及未来发展趋势报告》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 $\leq$ 7米)产量分析
- 二、2011年3月全国及主要省份轻型客车(车长 $\leq$ 7米)产量分析
- 三、2011年3月轻型客车(车长 $\leq$ 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201107/70803.html>