

2020-2026年中国客车市场 深度评估与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国客车市场深度评估与投资方向研究报告》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/202005/165030.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

2019年4月，汽车产销环比有所下降，同比呈较快增长，当月汽车产量成239.7万辆，产量比上月下降8.8%，比上年同期增长12.3%。此外，1-4月汽车产量完成942万辆，产量比上年同期增长1.8%，销量增速高于上年同期0.2个百分点，比一季度增速明显提高，总体表现良好。2018.1-4月客车产量及同比增长走势 2019年4月客车合计销售37068辆，环比下滑8.4%，同比增长16.92%。1-4月累计销售126869辆，同比增长8.31%。具体车型方面，2019年4月，大型客车销量为6077辆，环比增长10.25%，同比增长55.58%；1-4月累计销量为18735辆，同比增长31.71%。中型客车4月销量为4673辆，环比下滑0.68%，同比增长34.24%；1-4月累计销量为14652辆，同比增长33.89%。轻型客车4月销量为26318辆，环比下滑13%，同比增长8.23%；1-4月累计销量为93482辆，同比增长1.65%。2019年1-4客车销量及同比增长

中企顾问网发布的《2020-2026年中国客车市场深度评估与投资方向研究报告》共十七章。首先介绍了中国客车行业市场发展环境、客车整体运行态势等，接着分析了中国客车行业市场运行的现状，然后介绍了客车市场竞争格局。随后，报告对客车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国客车行业发展趋势与投资预测。您若想对客车产业有个系统的了解或者想投资中国客车行业，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：

第一部分国内外客车产业整体运行态势1

第一章 2019年国内外汽车产业整体运行态势分析1

第一节 2019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、2014年国内汽车产销数据分析24

二、2015年中国汽车产销分析25

三、2016年中国汽车产销分析25

四、2019年中国汽车产销分析25

五、2019年中国汽车产销分析26

2019年中国客车行业5米以上客车销售221700辆，同比增长-12.3%，实现销售收入近千亿。其中公交销售98571辆，增长-15.4%，公路销售102021辆，同比增长-9.3%，校车销售21108辆，同比增长-10.9%。2019年年度中国客车销售收入走势

第三节 2019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 2014-2019年中国汽车制造所属行业数据监测分析29

一、2014-2019年中国汽车制造行业规模分析29

二、2019年中国汽车制造行业结构分析30

三、2014-2019年中国汽车制造行业产值分析30

四、2014-2019年中国汽车制造行业成本费用分析31

五、2014-2019年中国汽车制造行业盈利能力分析31

第五节 2019年中国汽车所属行业发展的的问题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 2019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 2019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 2019年世界客车所属行业运行形势解析46

第一节 2019年世界客车所属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 2019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 2020-2026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 2019年中国客车所属行业整体运行态势分析78

第一节 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2014-2019年中国客车产业数据统计分析108

第一节 2014-2019年中国大型客车（车长>10米）产量统计分析108

- 一、2014-2019年全国大型客车（车长>10米）产量分析108
- 二、2019年全国及主要企业大型客车（车长>10米）产量分析109
- 三、2019年大型客车（车长>10米）产量集中度分析112

第二节 2014-2019年中国中型客车（7米<车长）产量统计分析113

- 一、2014-2019年全国中型客车（7米<车长）产量分析113
- 二、2019年全国及主要企业中型客车（7米<车长）产量分析115
- 三、2019年中型客车（7米<车长）产量集中度分析118

第三节 2014-2019年中国轻型客车（车长≤7米）产量统计分析119

- 一、2014-2019年全国轻型客车（车长≤7米）产量分析119

- 二、2019年全国及主要企业轻型客车（车长≤7米）产量分析120
- 三、2019年轻型客车（车长≤7米）产量集中度分析123

第五章 2019年中国客车市场运行新形势分析126

第一节 2019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 2014-2019年中国客车销售数据分析139

- 一、2014-2019年中国客车整车销售数据分析139
- 二、2014-2019年中国客车地盘销售数据分析139

第三节 2014-2019年中国客车按车型划分销售数据分析140

- 一、2014-2019年中国大型客车销售情况分析140
- 二、2014-2019年中国中型客车销售情况分析143
- 三、2014-2019年中国轻型客车销售情况分析146

第四节 2014-2019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 2020-2026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 2019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 2019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 2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2019年中国大中型客车市场需求应用调研189

第一节 2019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、2019年大中型客车市场发展形势190
- 三、2019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 2019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 2019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、2019年中国公交客车出口状况258

四、2019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 2019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 2019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 2019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 VANHOOL331

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 IRISBUS333

第七节 MERCEDES-BENZ334

第八节 IRIZAR334

第九节 SCANIA-斯堪尼亚337

第十节 荷兰BOVA客车公司339

第十三章 2019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 2019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（2014-2019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 2019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 2019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 2019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 2019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及投资潜力研究452

第十六章 2020-2026年中国客车市场前景趋势分析452

第一节 2020-2026年中国汽车工业发展前景及预测452

一、2020-2026年中国汽车制造行业预测分析452

二、我国汽车行业“十三五”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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026年中国客车行业投资战略研究	476
第一节 2020-2026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 2020-2026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 权威投资建议	480

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165030.html>