

2018年中国客车行业分析报告- 市场深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国客车行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/331706331706.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

客车销量同比下滑。客车总销量自 2014 年达到 60 万辆后，连续三年下滑，客车今年前 10 月累计销售 39.25 万辆，去年同期销售 40.01 万辆，同比下滑 6.67%；其中大客销售 5.8 万辆，去年同期销售 6.0 万辆，下滑 3.45%；中客销售 4.5 万辆，去年同期销售 5.8 万辆，同比下滑 22.66%；轻客销量 27.6 万辆，同比去年的 28.8 万辆，同比下滑 4.22%，中客下滑比例较大。

中客的销量下滑较大。轻客 2017 年前 10 个月销售 27.6 万辆，去年同期销售 28.8 万辆，同比略有下降。中客销量的下滑比例较大。从大中客月度销量来看，部分车企销量下滑 30% 以上，进入下半年后，销量环比略有复苏。

两方面因素制约了中大客的销量增长。客车销量的下滑，与国家的基础建设有关，铁路、高铁对公路运输的分流影响长期存在，铁路的八纵八横以及地铁的修建，挤压大中客增长空间；另一方面，16 年底的客车销售冲量对于中大客透支较为严重，16 年 11-12 月共销售 5.2 万辆，直接导致 17 年上半年有较大压力，并且拉高了 2016 年基数，使得同比数据较差。

图表：客车年销售量（单位：万辆）

图表：中大客年度销量（单位：万辆） 图表：中大客月度销量（单位：辆） 城市公交是客车的一大主要销售用途。城市公交主要系去年底抢装，销售基数较高透支了今年的销量。今年城市客车前十个月销量 8 万辆，同比下滑 14.21%，预计全年下滑将超过 14%。2018 年新能源公交采购补贴金额降低以及运营性车辆 3 万公里的补贴要求，将有利于行业供销平衡，避免行业的骗补与突击销售。

图表：城市公交销量（单位：万辆） 校车的增长较为稳定，每年在 1 万 5 千辆左右。2017 年前 10 月校车销量同比下滑 11.47%，预计全年销量将低于去年，主要系客车整体增长率放缓所致。从市场占有率上看，校车前十名销量占据校车市场 85% 的市场份额，宇通客车一家独大，市场占有率达到 43%，预计明年校车销量无大幅度改变。

图表：校车年度销售量（单位：辆） 图表：校车市场份额格局 预计 17 年年底料客车销售无冲量，2018 年销量较 2017 年有增长。新能源补贴的退坡将使得行业趋于理性；同时，3 万公里的补贴要求使得企业的财务负担较重，促进了行业洗牌，进一步打击了冲量骗补贴的情况。我们综合认为 17 年后两个月不会出现年底销售冲量行为。18 年的客车销量将有增长。

图表：宇通客车近一年股价表现 2018 年建议买高市占率的龙头企业，重点推荐宇通客车。在 17 年销量下滑的情况下，宇通客车股价逆市上涨，主要源自公司市占率提高，同时电动化比例上升。宇通市场占有率从 2010 年 31.52% 提升至 39.09%，市场占有率逐渐提升；公司新能源汽车占比 40% 多一些，预计未来仍有电动化空间，目前电动化渗透率较高的

城市为一线城市，未来二三线城市公交电动化率预计仍有翻倍空间；预计海外出口方面，随着一带一路政策的拉动，海外亚非拉美仍有较多空间可以抢占，目前出口数量在低位，中大客月度出口约为4000量，距离14年高点仍有较大空间，未来出口将有较好预期。

图表：宇通客车净利润与股息率（单位：亿） 图表：宇通客车毛利率与同行业对比 图表：宇通客车市场占有率（单位：万辆） 图表：宇通客车新能源汽车渗透率 图表：大中客月度出口数据（单位：辆） 观研天下发布的《2018年中国客车行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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客车交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、客车T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国客车行业发展概述

第一节 客车行业发展情况概述

- 一、客车行业相关定义
- 二、客车行业基本情况介绍
- 三、客车行业发展特点分析

第二节 中国客车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、客车行业产业链条分析

三、中国客车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国客车行业生命周期分析

一、客车行业生命周期理论概述

二、客车行业所属的生命周期分析

第四节 客车行业经济指标分析

一、客车行业的赢利性分析

二、客车行业的经济周期分析

三、客车行业附加值的提升空间分析

第五节 国中客车行业进入壁垒分析

一、客车行业资金壁垒分析

二、客车行业技术壁垒分析

三、客车行业人才壁垒分析

四、客车行业品牌壁垒分析

五、客车行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球客车行业市场发展现状分析

第一节 全球客车行业发展历程回顾

第二节 全球客车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲客车行业地区市场分析

一、亚洲客车行业市场现状分析

二、亚洲客车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲客车行业市场前景分析

第四节 北美客车行业地区市场分析

一、北美客车行业市场现状分析

二、北美客车行业市场规模与市场需求分析

三、北美客车行业市场前景分析

第五节 欧盟客车行业地区市场分析

一、欧盟客车行业市场现状分析

二、欧盟客车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟客车行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界客车行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球客车行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国客车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国客车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国客车产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、客车环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国客车行业运行情况

第一节 中国客车行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国客车行业市场规模分析

第三节 中国客车行业供应情况分析

第四节 中国客车行业需求情况分析

第五节 中国客车行业供需平衡分析

第六节 中国客车行业发展趋势分析

第五章 中国客车所属行业运行数据监测

第一节 中国客车所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国客车所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国客车所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国客车市场格局分析

第一节 中国客车行业竞争现状分析

- 一、中国客车行业竞争情况分析
- 二、中国客车行业主要品牌分析

第二节 中国客车行业集中度分析

- 一、中国客车行业市场集中度分析
- 二、中国客车行业企业集中度分析

第三节 中国客车行业存在的问题

第四节 中国客车行业解决问题的策略分析

第五节 中国客车行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国客车行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国客车行业消费特点

第二节 中国客车行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 客车行业成本分析

第三节 客车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国客车行业价格现状分析

第五节 中国客车行业平均价格走势预测

一、中国客车行业价格影响因素

二、中国客车行业平均价格走势预测

三、中国客车行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国客车行业区域市场现状分析

第一节 中国客车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地客车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区客车市场规模分析

四、华东地区客车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区客车市场规模分析

四、华中地区客车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区客车市场规模分析

第九章 2015-2017年中国客车行业竞争情况

第一节 中国客车行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国客车行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国客车行业竞争环境分析（客车T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 客车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国客车行业发展前景分析与预测

第一节 中国客车行业未来发展前景分析

- 一、客车行业国内投资环境分析
- 二、中国客车行业市场机会分析
- 三、中国客车行业投资增速预测
- 第二节中国客车行业未来发展趋势预测
- 第三节中国客车行业市场发展预测
 - 一、中国客车行业市场规模预测
 - 二、中国客车行业市场规模增速预测
 - 三、中国客车行业产值规模预测
 - 四、中国客车行业产值增速预测
 - 五、中国客车行业供需情况预测
- 第四节中国客车行业盈利走势预测
 - 一、中国客车行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国客车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国客车行业投资风险与营销分析

- 第一节 客车行业投资风险分析
 - 一、客车行业政策风险分析
 - 二、客车行业技术风险分析
 - 三、客车行业竞争风险分析
 - 四、客车行业其他风险分析
- 第二节 客车行业企业经营发展分析及建议
 - 一、客车行业经营模式
 - 二、客车行业销售模式
 - 三、客车行业创新方向
- 第三节 客车行业应对策略
 - 一、把握国家投资的契机
 - 二、竞争性战略联盟的实施
 - 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国客车行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国客车行业品牌战略分析
 - 一、客车企业品牌的重要性
 - 二、客车企业实施品牌战略的意义
 - 三、客车企业品牌的现状分析
 - 四、客车企业的品牌战略

五、客车品牌战略管理的策略

第二节中国客车行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国客车行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国客车行业发展策略及投资建议

第一节中国客车行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国客车行业定价策略分析

第二节中国客车行业营销渠道策略

- 一、客车行业渠道选择策略
- 二、客车行业营销策略

第三节中国客车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国客车行业重点投资区域分析
- 二、中国客车行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/331706331706.html>