

中国客车市场发展现状调研与投资趋势分析报告 (2024-2031年)

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《中国客车市场发展现状调研与投资趋势分析报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202403/699034.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

1、客车概述

客车即载客汽车的简称，是指设计和技术特性上主要用于载运人员及其随身行李的汽车，属于商用车的一种，包括驾驶员座位在内座位数超过9座，微客（交叉型乘用车）不包含在内。客车的分类方式多样，根据车辆规格不同，客车可分为大型客车、中型客车、小型客车；按等级不同，客车可分为高档客车、中档客车和基本客车；按用途不同，客车可分为客运车、商旅车和旅居车等。

在产业链方面，客车行业上游主要为原材料及零部件环节，主要包括钢材、铝材、玻璃、橡胶等原材料及发动机、变速箱、仪表盘、轮胎等零部件；下游主要应用于城市公交、旅游客运、汽车租赁等领域。

客车行业产业链图解

数据来源：观研天下整理

2、我国客车行业产销量下滑，轻型客车是市场主力

近年来，受疫情影响、新能源补贴政策变化及国内经济发展面临需求收缩、供给冲击等影响，我国客车行业产量与需求量逐年下降。根据数据显示，2022年，我国客车产量为40.68万辆，同比下降17.3%；销量为40.78万辆，同比下降16.5%。从销量结构方面来看，2022年，轻型客车依旧是客车市场主力，销量占比达79.11%；其次为大型客车，销量占比为12.42%；中型客车销量占比为8.47%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

3、海外市场需求恢复，我国出口海外客车销量高增

不过，随着海外市场需求恢复，我国出口海外客车销量表现亮眼。根据海关总署数据显示，2023年我国出口客车7.1万辆，同比增长46.3%，销量显著增长。分座位类型的出口结构来看，2023年，我国座位客车占出口客车比重54.9%，公交客车占出口客车数量的比重40.8%。此外，校车、卧铺及其他所占比重较小，2023年，校车占出口客车比重为0.7%，卧铺及其他占比为3.6%。

数据来源：观研天下整理

从各大客车企业交付情况来看，自2023年1月至今，南昌百路佳客车有限公司一共接到了近300辆的海外订单，出口量较去年同期翻了一番；2024年2月中通客车1022辆客车成功交付沙特，48辆城市客车正式交付葡萄牙；2024年在2月金旅客车207辆公交车交付越南，3月计

划再交付207辆公交车到越南客户手中；3月7日，价值1800万欧元的56辆国产新能源大巴车陆续登上停靠青岛港大港码头的“天真”轮，出口芬兰、比利时等欧洲国家……

业绩成果也表现出色，根据宇通客车业绩预告，公司2023年Q4预计归母净利润为6亿元，倒加回4.5亿的一次性资产减值，Q4实际经营性净利润为10.5亿元，环比增加81%。金龙汽车业绩预告也显示，公司2023年Q4预计归母净利润为0.21亿元，环比增长111%，全年利润实现扭亏为盈。

4、一带一路政策提供客车出口爆发的基础条件

而此次国产客车在海外市场爆火的核心驱动力是一带一路的推动，其中独联体、中东、亚太贡献较大，累计贡献67%的出口量。分国家看，泰国、以色列、智利、乌兹别克斯坦销量占比较高，出口销量前十的国家占总出口量61%。

数据来源：观研天下整理

具体来看，一带一路沿线国家在城镇化和年轻人口比例方面有较大提升空间，而城镇化率的提高将直接带动居民对公共交通的需求、促进贸易流通，从而促进城市公共交通工具的需求，并且部分地区旅游业发达，对中大客车需求量大，为我国客车出口创造更为广阔的市场前景。

分地区市场对客车的	需求特征及原因	地区	客车需求结构特征	原因	中欧&东欧
中大客需求大于轻客	1、地区经济发展较为成熟，需要中大型客车进行长途运输和旅游服务；2、对乘坐舒适性和车辆安全性有较高的要求；3、城市建设较好，适于中大客行驶。	非洲	轻客需求大于中大客	1、地区经济落后，轻客价格较低，且适于载人货运两用；2、地区基础设施建设落后，轻客能灵活适应各种道路情况。	东南亚
中大客和轻客需求相当	1、一些城市的交通状况相对拥堵，轻客更适合行驶于这种环境下；2、部分地区旅游业发达，促进中大客销量。				

资料来源：观研天下整理

当然，这也离不开一些一带一路部分国家政策的激励。例如，2022年，印度尼西亚对新能源汽车产品进行降税和限税，新西兰投入500亿新西兰元以实现2035年新西兰公交车全面脱碳。

一带一路部分国家新能源汽车/客车相关激励政策

地区

国家

颁布时间

政策内容

亚洲

立陶宛

2021

划拨专项基金支持电动车配套充电桩的建设

奥地利

2021

计划投入16.72亿欧元，支持低排放公交车、商用车及配套基础设施的建设

匈牙利

2020

投入10亿匈牙利福林补贴新能源车消费者，同时投入359亿匈牙利福林支持人口超过25000的城市购买电动巴士

希腊

2021

计划2030年起禁止使用燃油车

波兰

2020

计划投资13亿波兰兹罗，购置至少500辆氢能或电动巴士

白俄罗斯

2020

进口的新能源汽车产品免征增值税

印度尼西亚

2022

对新能源汽车产品进行降税和限税

大洋洲

新西兰

2021

投入500亿新西兰元以实现2035年新西兰公交车全面脱碳

南美洲

智利

2022

投入至少800万智利比索用于国内出租车和公交车的电动化，制定国家电动车销量和碳排放目标

非洲

南非

2013

计划通过刺激需求、教育普及、投资补贴、放松监管等方式支持电动车行业的发展；每年在南非生产超5000辆新能源汽车的厂商能得到35%的投资返还

资料来源：观研天下整理

5、我国客车行业海外火爆背后的多重驱动因素

除了一带一路经济影响外，我国客车行业海外火爆背后还有其他多重驱动因素。例如，在技术方面，宇通新能源公交车电池箱体防护等级满足IP68+IP69，八年电池衰减后不低于70%，不仅可以保持更长的运营年限，还能为企业节省成本。据比亚迪消息，计划交付给新加坡交通部的240辆三门单层电动大巴，都将配备乘客信息显示系统，可以提供有关行程的视听信息、综合闭路电视、碰撞预警系统、驾驶员防疲劳系统以及轮胎压力监测系统。

在合作模式方面，我国客车企业积极与其他国家进行合作与交流，引进各国先进技术，加深新能源领域的海外投资，以推动本国新能源产业拓展国际市场。例如，2020年，宇通客车与卡塔尔签署了框架协议，计划在卡塔尔自由区建设电动客车KD工厂，建成后可实现纯电动客车年产能300辆。2017年10月，比亚迪兰卡斯特工厂竣工，成为北美地区规模庞大的电动大巴工厂，年产大巴1500辆，并提供上千个就业岗位。

综上所述，随着全球化不断深入发展，国产客车尤其是新能源客车解决方案逐渐从国内走向国际，为更多国家带来全新的体验，不断取得国外消费者的“尊重”与“认同”，逐步壮大中国车企国际市场竞争能力。（WYD）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国客车市场发展现状调研与投资趋势分析报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、客车特点分析
- 三、客车行业基本情况介绍
- 四、客车行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、客车行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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 全球客车行业市场规模与区域分布情况

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 欧洲客车行业地区市场分析

- 一、欧洲客车行业市场现状分析
- 二、欧洲客车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲客车行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界客车行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球客车行业市场规模预测

第三章 中国客车行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对客车行业的影响分析

第三节 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

三、主要行业标准

第四节 政策环境对客车行业的影响分析

第五节 中国客车行业产业社会环境分析

第四章 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

一、影响中国客车行业市场规模的因素

二、中国客车行业市场规模

三、中国客车行业市场规模解析

第三节 中国客车行业供应情况分析

一、中国客车行业供应规模

二、中国客车行业供应特点

第四节 中国客车行业需求情况分析

一、中国客车行业需求规模

二、中国客车行业需求特点

第五节 中国客车行业供需平衡分析

第五章 中国客车行业产业链和细分市场分析

第一节 中国客车行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、客车行业产业链图解

第二节 中国客车行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对客车行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对客车行业的影响分析
- 第三节 我国客车行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国客车行业市场竞争分析

第一节 中国客车行业竞争现状分析

- 一、中国客车行业竞争格局分析
- 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影响因素分析
 - 二、中国客车行业市场集中度分析
- 第三节 中国客车行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国客车行业模型分析

第一节 中国客车行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国客车行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁

六、中国客车行业SWOT分析结论

第三节 中国客车行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国客车行业需求特点与动态分析

第一节 中国客车行业市场动态情况

第二节 中国客车行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 客车行业成本结构分析

第四节 客车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国客车行业价格现状分析

第六节 中国客车行业平均价格走势预测

一、中国客车行业平均价格趋势分析

二、中国客车行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国客车行业所属行业运行数据监测

第一节 中国客车行业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 中国客车行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国客车行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响客车行业区域市场分布的因素

二、中国客车行业区域市场分布

第二节 中国华东地区客车行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区客车行业市场分析

(1) 华东地区客车行业市场规模

(2) 华南地区客车行业市场现状

(3) 华东地区客车行业市场规模预测

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、华中地区客车行业市场分析

(1) 华中地区客车行业市场规模

(2) 华中地区客车行业市场现状

(3) 华中地区客车行业市场规模预测

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、华南地区客车行业市场分析

(1) 华南地区客车行业市场规模

(2) 华南地区客车行业市场现状

(3) 华南地区客车行业市场规模预测

第五节 华北地区客车行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区客车行业市场分析

- (1) 华北地区客车行业市场规模
- (2) 华北地区客车行业市场现状
- (3) 华北地区客车行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区客车行业市场分析
 - (1) 东北地区客车行业市场规模
 - (2) 东北地区客车行业市场现状
 - (3) 东北地区客车行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区客车行业市场分析
 - (1) 西南地区客车行业市场规模
 - (2) 西南地区客车行业市场现状
 - (3) 西南地区客车行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区客车行业市场分析
 - (1) 西北地区客车行业市场规模
 - (2) 西北地区客车行业市场现状
 - (3) 西北地区客车行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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 中国客车行业规模发展预测

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

第十三章 2024-2031年中国客车行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国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

第二节 客车行业风险分析

一、客车行业宏观环境风险

二、客车行业技术风险

三、客车行业竞争风险

四、客车行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国客车行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国客车行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国客车行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 客车行业营销策略分析

一、客车行业产品策略

二、客车行业定价策略

三、客车行业渠道策略

四、客车行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/699034.html>