

2020年中国大中型客车制造市场前景研究报告- 市场竞争现状与未来趋势研究

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《2020年中国大中型客车制造市场前景研究报告-市场竞争现状与未来趋势研究》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/yunshushebei/242189242189.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

2020年中国大中型客车制造行业目前正处于集中度上升阶段，当前行业已经分化为三大梯队，第一梯队为**企业、**企业和**企业，第二梯队为**企业、**企业等，第三梯队为规模较小的其他企业。其市场份额如下：

2019年我国大中型客车制造行业企业市场份额分布

资料来源：观研天下数据中心整理

中国大中型客车制造行业主要品牌分析

大中型客车制造行业在我国发展多年，目前行业主要品牌包括**、**、**等，具体如下：

大中型客车制造行业企业主要品牌分析

主要企业

企业简介

**

**

**

**

**

**

*****资料来源：观研天下数据中心整理

中国大中型客车制造行业市场集中度分析

行业市场集中度指数是最常用的测算方法，它以产业（行业）内规模最大的前n家企业的相关数值（如销售额、增加值、职工人数、资产总额等）占整个产业（行业）的份额，来表示产业（行业）的集中程度。例如，CR4是指四个最大的企业占有该相关市场份额。同样，八个企业集中率（CR8）均可以计算出来。

行业集中度指数一般以某一行业排名前4位的企业的相关数值（或生产量等数值）占行业总的销售额的比例来度量。CR4越大，说明这一行业的集中度越高，市场竞争越趋向于垄断；反之，集中度越低，市场竞争越趋向于竞争。集中度是衡量行业市场结构的一个重要指标。

。

通常n=4或者n=8，此时，行业集中度就分别表示产业内规模最大的前4家或者前8家企

业的集中度。

根据美国经济学家贝恩和日本通产省对产业集中度的划分标准，将产业市场结构粗分为寡占型（ $CR8 \geq 40\%$ ）和竞争型（ $CR8 < 40\%$ ）两类。其中，寡占型又细分为极高寡占型（ $CR8 \geq 70\%$ ）和低集中寡占型（ $40\% \leq CR8 < 70\%$ ）；竞争型又细分为低集中竞争型（ $20\% \leq CR8 < 40\%$ ）和分散竞争型（ $CR8 < 20\%$ ）。

美国贝恩对市场结构进行的分类

资料来源：公开资料整理

从2019年大中型客车制造市场集中度来看，全行业CR4为**%，结合美国贝恩对市场结构进行的分类分析，目前大中型客车制造行业属于**市场格局。

2019年大中型客车制造市场集中度情况

集中度类型

市场集中度指标值（%）

CR4

**%

CR8

**%资料来源：观研天下数据中心整理

中国报告网发布的《2020年中国大中型客车制造市场前景研究报告-市场竞争现状与未来趋势研究》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。本报告是为了了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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、阿里巴巴、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家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。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、PEST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 中国大中型客车制造行业发展综述

1.1 大中型客车制造行业相关概述

1.1.1 大中型客车的界定

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 大中型客车制造行业统计标准

1.2.1 行业统计部门和统计口径

1.2.2 大中型客车制造行业统计方法

1.2.3 大中型客车制造行业数据种类

1.3 行业的创新及对未来的影响

1.3.1 产品创新的宇通模式分析

1.3.2 营销创新的海格模式分析

1.3.3 融资创新的安凯模式分析

1.4 大中型客车制造行业供应链分析

1.4.1 大中型客车制造行业产业链简介

1.4.2 大中型客车制造行业上游产业链

(1) 钢铁市场运营情况分析

(2) 钢材市场运营情况分析

(3) 轮胎市场运营情况分析

(4) 汽车零部件的市场分析

1.4.3 大中型客车制造行业下游产业链

(1) 公路客运市场发展分析

(2) 城市公交行业发展分析

(3) 旅游市场发展状况分析

第二章 大中型客车制造行业发展环境分析

2.1 大中型客车制造行业政策环境分析

2.1.1 大中型客车制造行业政策解读

2.1.2 大中型客车制造行业相关标准

2.1.3 大中型客车制造行业发展规划

2.2 大中型客车制造行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 美国宏观经济环境分析

(2) 欧洲宏观经济环境分析

(3) 日本宏观经济环境分析

- (4) 新兴国家经济环境分析
- 2.2.2 国内宏观经济环境分析
 - (1) 国内GDP增长分析
 - (2) 工业经济增长分析
 - (3) 农业经济增长分析
 - (4) 固定资产投资情况
 - (5) 社会消费品零售总额
 - (6) 进出口总额及其增长
 - (7) 货币供应量及其贷款
 - (8) 制造业采购经理指数
 - (9) 非制造业商务活动指数
- 2.2.3 行业宏观经济环境分析
- 2.3 大中型客车制造行业社会环境分析
 - 2.3.1 行业发展与社会经济的协调
 - 2.3.2 燃油附加税实施对行业影响
 - 2.3.3 环境保护问题对行业的影响
- 2.4 大中型客车制造行业技术环境分析
 - 2.4.1 世界大中型客车新技术应用现状分析
 - 2.4.2 国际大中型客车制造新技术发展趋势
 - 2.4.3 国内大中型客车制造新技术发展趋势
- 第三章 中国大中型客车制造行业经营情况
 - 3.1 中国大中型客车制造所属行业总体规模分析
 - 3.1.1 企业数量结构分析
 - 3.1.2 行业资产规模分析
 - 3.2 中国大中型客车制造所属行业产销与费用分析
 - 3.2.1 产成品分析
 - 3.2.2 销售收入分析
 - 3.2.3 负债分析
 - 3.2.4 利润规模分析
 - 3.2.5 产值分析
 - 3.2.6 销售成本分析
 - 3.2.7 销售费用分析
 - 3.2.8 管理费用分析
 - 3.2.9 财务费用分析
 - 3.2.10 其他运营数据分析

3.3中国大中型客车制造所属行业财务指标分析

3.3.1行业盈利能力分析

3.3.2行业偿债能力分析

3.3.3行业营运能力分析

3.3.4行业发展能力分析

第四章 大中型客车制造行业产品市场分析

4.1 行业主要产品结构特征

4.1.1 行业产品市场结构特征分析

4.1.2 行业产品市场发展概况分析

4.1.3 行业产品技术与国外的差距

4.1.4 与国外产品差距的主要原因

4.2 行业主要产品市场分析

4.2.1 公路客车市场发展分析

(1) 公路客运市场运营状况

(2) 公路客车产量及其增速

(3) 公路客车销量及其增速

(4) 公路客车市场影响因素

(5) 公路客车市场前景展望

4.2.2 旅游客车市场发展分析

(1) 旅游市场运营状况分析

(2) 旅游客车产量及其增速

(3) 旅游客车市场影响因素

(4) 旅游客车市场前景展望

4.2.3 公交客车市场发展分析

(1) 城市道路建设情况分析

(2) 公交客车产量及其增速

(3) 公交客车市场特征分析

(4) 公交客车市场影响因素

(5) 公交客车市场前景展望

4.2.4 专用客车市场发展分析

(1) 专用客车发展现状分析

(2) 专用客车市场特征分析

(3) 专用客车市场前景展望

4.3 新能源客车市场分析

4.3.1 新能源客车相关政策解读

4.3.2 新能源客车技术发展状况

- (1) 串联式新能源客车技术分析
- (2) 并联式新能源客车技术分析
- (3) 混联式新能源客车技术分析

4.3.3 新能源客车销售情况分析

- (1) 新能源客车总体销售情况分析
- (2) 新能源客车区域市场销售情况
- (3) 新能源客车销量结构情况分析

4.3.4 新能源客车细分市场发展分析

- (1) 混合动力客车市场发展分析
- (2) 纯电动客车市场发展分析
- (3) 燃料电池客车市场发展分析
- (4) CNG客车市场发展分析
- (5) LNG客车市场发展分析
- (6) LPG客车市场发展分析
- (7) 醇燃料客车市场发展分析

4.3.5 新能源客车企业十三五规划

- (1) 宇通新能源客车十三五规划
- (2) 金龙新能源客车十三五规划
- (3) 安凯新能源客车十三五规划
- (4) 福田新能源客车十三五规划
- (5) 海格新能源客车十三五规划
- (6) 其它新能源客车十三五规划

4.3.6 部分省市新能源客车十三五规划

- (1) 北京市新能源客车十三五规划
- (2) 上海市新能源客车十三五规划
- (3) 广州市新能源客车十三五规划
- (4) 深圳市新能源客车十三五规划
- (5) 河南省新能源客车十三五规划
- (6) 福建省新能源客车十三五规划
- (7) 湖南省新能源客车十三五规划
- (8) 其它省市新能源客车十三五规划

4.3.7 新能源客车企业发展战略分析

第五章 大中型客车重点区域市场需求分析

5.1 大中型客车制造行业总体区域结构

- 5.1.1 大中型客车制造行业区域结构总体特征
- 5.1.2 大中型客车制造行业区域的集中度分析
- 5.1.3 大中型客车制造行业区域分布特点分析
- 5.1.4 大中型客车制造行业规模区域分布分析
- 5.1.5 大中型客车制造行业效益区域分布分析
- 5.1.6 大中型客车制造行业企业数量区域分布
- 5.2 河南省大中型客车发展分析及预测
 - 5.2.1 河南省大中型客车制造行业的地位变化
 - 5.2.2 河南省大中型客车制造行业经济运行状况
 - 5.2.3 河南省大中型客车制造行业的企业分析
 - 5.2.4 河南省大中型客车制造行业发展趋势预测
- 5.3 江苏省大中型客车发展分析及预测
 - 5.3.1 江苏省大中型客车制造行业的地位变化
 - 5.3.2 江苏省大中型客车制造行业经济运行状况
 - 5.3.3 江苏省大中型客车制造行业的企业分析
 - 5.3.4 江苏省大中型客车制造行业发展趋势预测
- 5.4 福建省大中型客车发展分析及预测
 - 5.4.1 福建省大中型客车制造行业的地位变化
 - 5.4.2 福建省大中型客车制造行业经济运行状况
 - 5.4.3 福建省大中型客车制造行业的企业分析
 - 5.4.4 福建省大中型客车制造行业发展趋势预测
- 5.5 山东省大中型客车发展分析及预测
 - 5.5.1 山东省大中型客车制造行业的地位变化
 - 5.5.2 山东省大中型客车制造行业经济运行状况
 - 5.5.3 山东省大中型客车制造行业的企业分析
 - 5.5.4 山东省大中型客车制造行业发展趋势预测
- 5.6 广东省大中型客车发展分析及预测
 - 5.6.1 广东省大中型客车制造行业的地位变化
 - 5.6.2 广东省大中型客车制造行业经济运行状况
 - 5.6.3 广东省大中型客车制造行业的企业分析
 - 5.6.4 广东省大中型客车制造行业发展趋势预测
- 5.7 浙江省大中型客车发展分析及预测
 - 5.7.1 浙江省大中型客车制造行业的地位变化
 - 5.7.2 浙江省大中型客车制造行业经济运行状况
 - 5.7.3 浙江省大中型客车制造行业的企业分析

5.7.4 浙江省大中型客车制造行业发展趋势预测

5.8 安徽省大中型客车发展分析及预测

5.8.1 安徽省大中型客车制造行业的地位变化

5.8.2 安徽省大中型客车制造行业经济运行状况

5.8.3 安徽省大中型客车制造行业的企业分析

5.8.4 安徽省大中型客车制造行业发展趋势预测

第六章 大中型客车制造行业竞争状况分析

6.1 行业总体市场竞争状况分析

6.1.1 大中型客车制造市场竞争状况分析

6.1.2 中国客车行业知识产权的发展现状

6.1.3 中国客车行业知识产权的发展战略

6.2 行业国际市场竞争状况分析

6.2.1 国际大中型客车制造市场发展状况

6.2.2 国际大中型客车制造市场竞争状况

6.2.3 国际大中型客车制造市场发展趋势

6.2.4 跨国公司在华市场的投资布局

(1) 韩国现代商用车公司在华布局

(2) 韩国大宇客车公司在华布局

(3) 德国曼商用车辆在华布局

(4) 瑞典沃尔沃汽车公司在华布局

(5) 西班牙伊利萨尔客车在华布局

(6) 瑞典斯堪尼亚集团在华布局

(7) 意大利依维柯公司在华布局

6.2.5 跨国公司在华的竞争策略分析

6.3 行业国内市场竞争状况分析

6.3.1 国内大中型客车制造市场竞争格局

6.3.2 国内大中型客车制造行业的集中度

(1) 大中型客车制造行业销售集中度

(2) 大中型客车制造行业资产集中度

(3) 大中型客车制造行业利润集中度

6.3.3 国内大中型客车制造行业市场规模

6.3.4 国内大中型客车制造行业潜在威胁

6.4 行业投资兼并与重组分析

6.4.1 大中型客车制造行业投资兼并与重组概况

6.4.2 国外大中型客车制造企业投资兼并与重组

6.4.3 国内大中型客车制造企业投资兼并与重组

6.4.4 大中型客车制造行业投资兼并与重组动向

第七章 大中型客车制造行业企业分析（随数据更新有调整）

7.1 郑州宇通客车股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.2 厦门金龙汽车集团股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.3 安徽安凯汽车股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.4 河南少林汽车股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.5 重庆恒通客车有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.6 上海申沃客车有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.7 安徽江淮客车有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.8 辽宁曙光汽车集团股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.10 桂林大宇客车有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.11 一汽客车（无锡）有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.12 扬子江汽车集团有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.13 扬州亚星客车股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.14 牡丹汽车股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

7.15 中通客车控股股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第八章 大中型客车制造行业发展趋势与前景预测

8.1 大中型客车制造行业投资特性分析

8.1.1 大中型客车制造行业进入壁垒分析

8.1.2 大中型客车制造行业盈利模式分析

8.1.3 大中型客车制造行业盈利因素分析

8.2 中国大中型客车制造行业投资分析

8.2.1 大中型客车制造行业投资风险分析

8.2.2 大中型客车制造行业投资建议

8.2.3 大中型客车制造行业最新投资动向

8.3 中国大中型客车制造市场前景预测

8.3.1 大中型客车制造市场影响因素分析

(1) 城市化进程不断推进公交客车市场

(2) 海外市场快速增长刺激行业的需求

(3) 铁路客运专线的建设冲击行业需求

(4) 公务车改革对大中型客车影响分析

8.3.2 大中型客车市场发展趋势分析

(1) 大中型客车制造市场发展趋势分析

(2) 大中型客车内饰市场发展趋势分析

(3) 大中型客车需求市场发展趋势分析

8.3.3 大中型客车制造市场发展前景预测

图表目录

图表1：钢价上涨对大中型客车行业盈利的影响（单位：吨/辆，万元，%）

图表2：中国粗钢、钢筋、线材月产量图（单位：万吨，%）

图表3：中国螺纹钢、线材期末库存量（单位：万吨）

图表4：青岛港进口矿价格走势（单位：元/吨）

图表5：中国线材和螺纹钢价格走势（单位：元/吨）

图表6：中国热轧、中厚板和冷轧价格走势（单位：元/吨）

图表7：大中型客车主要下游行业市场结构（单位：%）

图表8：全国旅客客运量及同比增速（单位：亿人，%）

图表9：全国旅客周转量及同比增速（单位：亿人公里，%）

图表10：不同运输形式全国客运量结构变化（单位：%）

图表11：不同运输形式全国客运周转量结构变化（单位：%）

图表12：中国公路旅客运输统计情况分析（单位：亿人，亿人公里）

图表13：中国旅游市场情况分析（单位：亿人次，亿元，%）

图表14：十米以上城市公交客车示范推广补助标准（单位：万元/辆）

图表15：2017-2020年美国零售和食品服务销售月度环比（单位：%）

图表16：2017-2020年美国CPI同比变化情况（单位：%）

图表17：美国PPI构成（单位：%）

图表18：2017-2020年美国PPI同比变化情况（单位：%）

图表19：2017-2020年美国初次申请失业金人数与持续领取失业金人数（单位：千人）

图表20：2017-2020年欧元区Sentix投资信心指数走势

图表详见报告正文（GYSYL）

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yunshushebei/242189242189.html>