

2017-2022年中国客车行业发展调研及投资规划研究报告

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《2017-2022年中国客车行业发展调研及投资规划研究报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/banyunshebei/293936293936.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

1我国大客车行业发展的现状

自20世纪70年代以来，我国的大客车行业不断发展，经过40年的发展历程，我国的大客车行业已经具备了一定的技术基础，并通过自主研发、中外合资等途径，使我国的大客车制造能力不断提升。

例如，近年来我国已经通过技术的合作与引进，掌握了先进的课程车身和底盘制造技术，增强了我国大客车行业的技术层次与技术水平。但与其他发达国家相比，我国的大客车行业在整体上还处于较低的发展层次，首次故障里程和平均故障里程等指标均低于国际水平，也缺乏高档的大客车类型，很多大客车的底盘不适用于高速公路，缺少适合高速公路的客车发动机。在底盘的种类方面，我国大客车底盘的品种较少，并且质量达不到行业发展的要求，这些都是限制我国大客车行业发展的因素。

随着我国大客车需求量的不断增加，我国的大客车行业要想得到进一步的发展，就必须不断提高技术能力，并在行业内部进行调整，完善大客车行业的组织结构和产品结构。在行业技术水平方面，应当根据国际大客车市场竞争的需求，对我国的行业发展结构进行调整和优化，更好地进入到国际市场中去，提高我国大客车行业的技术能力与国际市场竞争力。截至目前，我国已经具备了多种大客车制造的技术，并在逐步与国际市场接轨。我国的大客车企业需要加快调整与升级的步伐，促进我国大客车行业的健康发展。当前，在行业发展的市场集中度上，大客车行业远低于轿车和卡车行业，公交客车行业也需要得到进一步的发展。对于我国所有的公交客车生产企业来说，最大的公交制造企业的年销量也十分有限，年销量仅为3000多辆，并且缺乏高水平、高质量、高技术含量的领军企业，不能形成大客车行业发展的主流趋势，产品的档次和水平依然有待提高。以上种种原因，导致我国的大客车企业国际市场上缺乏话语权，不能积极主动地参与到大客车行业的发展过程中来，缺乏国际市场竞争力。除此之外，在大客车行业的发展过程中还应当贯彻落实环保理念，号召人们转变消费观念与消费意识，在全球能源、资源短缺的大背景下，能够选择公共交通工具通行，降低我国汽车行业的燃油量，并大力发展燃油替代产业，使大客车更具有节能和环保的特点，不断拓宽大客车行业的未来市场。在欧洲颁布限制汽车排放量的欧洲5号和6号标准之后，我国的客车出口门槛进一步提高。因此，大客车行业的发展结构调整势在必行。

2我国大客车行业的行业结构分析

通过分析我国大客车的行业结构，可以掌握并了解影响我国大客车行业发展的诸多因

素，并明确大客车行业的未来发展方向，为大客车的行业发展出谋划策。

通过对大客车行业结构的分析，可以明确大客车行业在发展过程中获利的可能性，找出大客车行业发展的主要影响因素，进而制定出有针对性的应对策略。随着经济全球化理念的逐步深入，我国的大客车制造业受到了很大的冲击，很多国外的大客车制造商进入到我国市场，再加上我国加入世贸组织以后关税的降低，国外大客车制造商进入我国市场的障碍被消除，这些都对我国的大客车行业造成了巨大的影响。我国的大客车行业有其独特性，市场上不能接受价格过高的产品，客车制造业尚属于劳动密集型行业。

因此，大客车产品的价格在一定程度上会取决于劳动力成本的高低。在这一方面，国外的大客车，尤其是高档大客车和国产的大客车没有价格方面的竞争优势，这也是我国发展大客车行业的最大优势。在此基础上，我们还应当积极研发和引进先进的技术，掌握大客车制造的核心技术与关键技术，提高自主研发能力和创新能力，生产出更高质量的客车零部件，并进一步降低生产成本，在保持价格优势的基础上，有效应对国外大客车制造厂商的威胁。

在分析我国目前面临的国内外的市场环境之后，我们还应当对我国目前的大客车供应商进行分析，从而更加全面地了解我国目前的大客车行业结构。对于供应商来说，他们在制造大客车时所需的资源往往受到资源紧缺程度的影响，另外，生产水平的高低也往往决定着供应商讨价还价的能力，在一定程度上也会对企业的生产经营活动造成重要影响。为此，我们应当更加全面地了解我们目前的大客车供应商，准确地对我国目前的行业结构进行分析。现阶段，我国的大客车生产厂商主要有七家。

图：我国七家大客车生产厂家的供应商情况

资料来源：公开资料，中国报告网整理

我国大客车的制造厂商与供应商存在着密切的联系，二者的关系呈现出以下两个方面的特点：首先，在技术层面，我国的大客车生产厂商主要是引进国外的技术，很多企业都是合资企业。国外的大客车生产厂商在投入资金的同时，也会提供相应的技术与设备。例如，产品设计图纸、工装卡具以及相应的工艺流程等。但是，在技术方面，外方只是提供生产图纸和相关资料，核心技术、知识产权等方面依然掌握在外方手里，我国的生产厂商无法对其做出变动。

因此，在技术方面，我国主要依靠国外生产厂商的支持，缺乏关键技术的自主研发能力。

其次，对于我国生产的大客车来说，基本上是应用的国外的底盘与发动机，很多底盘是经过CKD组装制造而成的。国外大客车生产厂商提供的底盘在动力性方面有很大的优势，并具有ABS、ASR，另外还包含空气弹簧，具有良好的性能，也具有很强的安全性，同时也具有油耗低、排放量符合标准等优势。与此相对应的是，我国国产的大客车在整车性能方面尚处于劣势，在底盘技术等方面还存在着很大的差距。

3促进我国大客车行业发展的举措

3.1制定积极的产业政策

在未来的大客车行业发展过程中，应当采用行业重组的策略，建设一批效益良好、技术先进、生产能力强的大客车企业集团，从而增强我国大客车生产企业的市场竞争实力。应通过信贷优惠、融资优惠和出口优惠等手段，为这些大客车企业集团提供政策支持，并实行重点扶持的战略，培养出更多的具有竞争实力的大客车生产企业。

3.2凸显我国的大客车行业的性价比优势

根据我国对大客车的需求情况，我们在发展大客车行业的过程中，应当结合市场的需要，明确主要市场。现阶段，我国在高速客运、城市公交、旅游等方面有很大的市场开发潜力，应将大客车行业的主要发展放在这些方面上。相信随着我国经济的不断发展，我国还应当解决大客车的燃油排放问题，并实现大客车的低地板化和高档化。

3.3实施成本优势战略，有效降低产品价格

在未来发展的进程中，应当保持我国的低成本优势，并充分发掘资源优势，降低大客车行业的生产成本。

3.4积极拓展海外市场，走国际化的发展道路

我国的大客车生产企业应当充分发挥人力资源成本低的优势，提高客车产品的性价比，并要不断提高设计与生产能力，积极拓展海外市场。

3.5提高产品的自主研发能力，不断实现技术进步

要加强对大客车产品的技术投入力度，并给予政策和资金方面的支持，使大客车生产企业能够实现技术创新，不断增强自主研发能力，提高生产效率和产品质量。在发展大客车行业的过程中，我国应当坚持“自主开放”型的发展道路，在提高自主创新能力的同时，也能够积极走入国外市场，增强产品的国际竞争力。

3.6建设高水平的管理和技术人员队伍

在大客车行业的发展过程中，人力资源因素也是一个关键因素，是大客车行业发展中的宝贵资源。我国要提高国际市场竞争力，必须要树立起人才战略，建立起人才培养的市场机制，严格对管理人员进行选拔与聘用，并要加强对技术人员的培训与教育，使其能够不断提高技术能力与专业素质，适应大客车行业发展的需要。

4小结

在未来的发展进程中，我国的大客车行业既面临着发展的机遇，也面临着巨大的挑战。对此，我国要改变大客车行业的发展模式，不断增强自主研发能力与自主创新能力，走自主型的发展道路，这样才能提高我国大客车生产企业的市场竞争实力，促进我国大客车行业的健康发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国客车行业发展调研及投资规划研究报告》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。

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。

目录：

第一章：中国客车行业发展综述

1.1客车行业的相关概述

1.1.1 客车行业的定义

1.1.2 客车行业的分类

1.2 客车行业产业链分析

1.2.1 客车行业上下游产业链简介

1.2.2 客车行业上游产业链分析

（1）钢材市场发展分析

（2）客车零部件市场分析

1.2.3 客车行业下游产业链分析

（1）公路客运市场发展分析

（2）城市公交市场发展分析

（3）国内旅游市场发展分析

（4）汽车租赁市场发展分析

第二章：中国客车行业发展环境分析

2.1 中国客车行业政策环境分析

2.1.1 影响客车行业的发展规划分析

2.1.2 影响客车行业的主要政策分析

2.2 中国客车行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

2.2.2 国家宏观经济环境分析

2.2.3 行业宏观经济环境分析

2.3 中国客车行业社会环境分析

2.3.1 车辆保有量与城市交通容量发展不均衡

2.3.2 “绿色出行”逐渐成为出行的生活方式

2.3.3 客车担当运输主力的格局没有根本动摇

2.4 中国客车行业技术环境分析

2.4.1 世界客车底盘技术的应用情况分析

2.4.2 世界大中型客车新技术应用情况分析

2.4.3 节能和新能源技术是客车行业的高地

2.4.4 世界客车技术的发展方向及发展趋势

第三章：世界客车行业发展分析

3.1 世界客车行业发展概况

3.1.1 世界客车的发展历程分析

3.1.2 世界客车工业的发展概况

3.1.3世界客车产量及增长情况

3.2国外主要国家客车行业发展分析

3.2.1美国客车行业发展状况分析

3.2.2日本客车行业发展状况分析

3.2.3德国客车行业发展状况分析

3.2.4法国客车行业发展状况分析

3.2.5英国客车行业发展状况分析

3.2.6印度客车行业发展状况分析

3.3世界客车品牌发展状况分析

3.3.1Mercedes-Benz客车发展状况分析

3.3.2Volvo客车发展状况分析

3.3.3MAN客车发展状况分析

3.3.4MCI客车发展状况分析

3.3.5大宇客车发展状况分析

3.3.6Irizar客车发展状况分析

3.3.7Scania客车发展状况分析

3.3.8Irisbus客车发展状况分析

第四章：中国客车行业发展分析

4.1中国汽车工业发展状况分析

4.1.1汽车销售量及增长率分析

4.1.2汽车保有量及增长率分析

4.1.3中国国产汽车均价分析

4.1.4中国进口汽车市场分析

4.1.5中国出口汽车市场分析

4.1.6汽车行业产销预测

4.2中国公路客运市场分析

4.2.1公路客运市场旅客运输量分析

（1）公路客运量及增长情况分析

（2）公路旅客周转量及增长分析

（3）公路客运区域市场比较分析

4.2.2公路客运市场运输装备分析

（1）公路载客汽车数量分析

（2）公路客运运力结构分析

4.2.3农村公路客运市场发展分析

- (1) 农村公路网络建设进展分析
- (2) 农村公路客运市场发展现状
- (3) 农村公路客运市场需求特征
- (4) 农村公路客运市场制约因素
- (5) 农村公路客运市场发展途径
- 4.2.4 高速公路客运市场发展分析
 - (1) 高速公路发展历程分析
 - (2) 高速公路建设进展分析
 - (3) 高速公路客流增长分析
 - (4) 高速公路收费情况分析
 - (5) 高速公路客运市场特征
 - (6) 高速公路客运市场发展机遇
 - (7) 高速公路客运市场存在问题
 - (8) 高速公路客运市场发展对策
 - (9) 高速公路客运市场发展前景
- 4.2.5 公路客运存在的问题及对策
- 4.2.6 公路客运行业发展前景展望
- 4.3 中国客车行业发展状况分析
 - 4.3.1 中国客车行业的发展概况分析
 - (1) 中国客车行业的发展历程分析
 - (2) 中国客车行业的发展阶段分析
 - 4.3.2 中国客车市场的发展态势分析
 - (1) 中国客车市场销售量分析
 - (2) 中国客车的销售结构分析
 - 4.3.3 中国客车市场的发展态势分析
 - (1) 中国客车市场销售量分析
 - (2) 中国客车的销售结构分析
 - (3) 中国大型客车月度销售分析
 - (4) 中国中型客车月度销售分析
 - (5) 中国轻型客车月度销售分析
 - 4.3.4 中国客车进出口市场发展分析
 - (1) 中国客车进口市场发展分析
 - (2) 中国客车出口市场发展分析
 - (3) 中国客车进出口市场预测
- 4.4 中国客车行业面临的机遇和挑战分析

- 4.4.1中国客车行业面临的挑战分析
- 4.4.2中国客车未来的发展机遇分析
- 4.4.3中国客车未来的发展方向分析
- 4.4.4中国客车企业未来的应对策略建议

第五章：新能源客车发展状况分析

5.1新能源客车的发展概况

- 5.1.1新能源客车的主要类型分析
- 5.1.2中国新能源客车的主要产品
- 5.1.3新能源客车技术路线发展分析
 - (1) 国外新能源客车典型技术路线
 - (2) 国内新能源客车典型技术路线

5.2新能源客车的市场分析

- 5.2.1新能源客车的发展和应用分析
 - (1) 国外新能源客车的发展与应用
 - (2) 国内新能源客车的发展与应用
- 5.2.2新能源客车市场特点剖析
- 5.2.3各省市电动公交车拥有计划

5.3新能源客车生产企业分析

- 5.3.1新能源客车生产企业调研情况
- 5.3.2新能源客车未来龙头企业猜想
- 5.3.3北汽福田新能源客车个案分析
 - (1) 北汽福田新能源客车的研发情况
 - (2) 北汽福田新能源客车的战略规划
 - (3) 北汽福田新能源客车的应用推广

5.4新能源客车发展存在的问题及展望

- 5.4.1新能源客车发展存在的问题
 - (1) 新能源客车产品可靠性问题
 - (2) 新能源客车使用成本问题
 - (3) 新能源客车关键技术发展问题
 - (4) 新能源客车应用开发模式局限
 - (5) 新能源技术车辆推广使用瓶颈
- 5.4.2新能源客车的发展前景展望

第六章：客车行业市场竞争状况分析

6.1 客车行业总体竞争状况分析

6.2 中国客车行业企业竞争格局分析

6.2.1 客车行业企业竞争格局分析

- (1) 客车行业企业竞争格局特点分析
- (2) 中国客车第一集团阵营竞争状况
- (3) 中国客车第二梯队阵营竞争状况
- (4) 地方政府保护下客车企业群分析
- (5) 前置客车市场十大客车品
- (6) 利基市场进口品牌客车企业分析
- (7) 中国客车市场集中度分析

6.2.2 客车行业企业竞争格局分析

- (1) 宇通客车迈入4万辆时代
- (2) 厦门金龙迈入2万辆时代
- (3) 海格客车迈入2万辆时代
- (4) 厦门金旅迈入2万辆时代
- (5) 安凯客车迈入1万辆时代
- (6) 中国客车市场集中度分析

6.2.3 客车行业企业竞争格局预测

6.3 中国主要客车生产企业发展状况

6.3.1 宇通客车发展状况分析

6.3.2 “三龙”系列发展状况分析

6.3.3 青年客车发展状况分析

6.3.4 亚星客车发展状况分析

6.3.5 中通客车发展状况分析

6.3.6 江淮客车发展状况分析

6.3.7 福田客车发展状况分析

6.3.8 黄海客车发展状况分析

6.4 客车行业的创新及对未来的影响

6.4.1 产品创新的宇通模式

6.4.2 营销创新的海格模式

6.4.3 融资创新的安凯模式

第七章：中国客车行业营销策略分析

7.1 客车企业的市场营销策略分析

7.1.1 客车企业的产品策略分析

7.1.2 客车企业的营销渠道分析

7.1.3 客车企业的价格策略分析

7.1.4 客车企业的促销策略分析

7.2 客车品牌广告投放分析

7.2.1 客车品牌广告投放月度趋势

7.2.2 客车主要品牌广告投放分布

7.3 主要客车企业营销策略分析

7.3.1 宇通客车营销策略分析

7.3.2 金龙客车营销策略分析

7.3.3 黄海客车营销策略分析

7.3.4 申龙客车营销策略分析

第八章：中国客车行业重点区域分析

8.1 客车行业区域分布特征

8.2 北京客车行业发展分析

8.2.1 北京客车发展基础分析

（1）汽车销量分析

（2）汽车保有量分析

（3）常住人口分析

（4）市政设施情况

（5）公共交通情况

（6）交通运营状况

（7）相关政策分析

8.2.2 北京客车目标客户分析

（1）北京客运公司分析

（2）北京公交公司分析

（3）北京旅游公司分析

（4）北京团队市场分析

8.2.3 奥运会对北京客车市场的影响

8.2.4 北京客车市场需求预测分析

8.3 上海客车行业发展分析

8.3.1 上海客车发展基础分析

（1）汽车销量分析

（2）汽车保有量分析

（3）常住人口分析

(4) 市政设施情况

(5) 公共交通情况

(6) 交通运营状况

(7) 相关政策分析

8.3.2 上海客车目标客户分析

(1) 上海客运公司分析

(2) 上海公交公司分析

(3) 上海旅游公司分析

(4) 上海团队市场分析

8.3.3 世博会对上海客车市场的影响

8.3.4 上海客车市场需求预测分析

8.4 广州客车行业发展分析

8.4.1 广州客车发展基础分析

(1) 汽车销量分析

(2) 汽车保有量分析

(3) 常住人口分析

(4) 市政设施情况

(5) 公共交通情况

(6) 交通运营状况

(7) 相关政策分析

8.4.2 广州客车目标客户分析

(1) 广州客运公司分析

(2) 广州公交公司分析

(3) 广州旅游公司分析

(4) 广州团队市场分析

8.4.3 亚运会对广州客车市场的影响

8.4.4 广州客车市场需求预测分析

8.5 深圳客车行业发展分析

8.5.1 深圳客车发展基础分析

(1) 汽车销量分析

(2) 汽车保有量分析

(3) 常住人口分析

(4) 市政设施情况

(5) 公共交通情况

(6) 交通运营状况

（7）相关政策分析

8.5.2深圳客车目标客户分析

（1）深圳客运公司分析

（2）深圳公交公司分析

（3）深圳旅游公司分析

（4）深圳团队市场分析

8.5.3大运会对深圳客车市场的影响

8.5.4深圳客车市场需求预测分析

8.6其它地区客车市场需求分析

8.6.1新疆地区客车市场需求分析

8.6.2天津地区客车市场需求分析

第九章：中国客车行业细分市场分析

9.1细分市场总体结构特征

9.2公交客车市场分析

9.2.1公交客车市场销量分析

（1）公交客车总体销量分析

（2）公交客车分米段销量分析

（3）公交客车分地区销量分析

（4）公交客车分企业销量分析

9.2.2公交客车市场特征分析

（1）新能源公交客车采购明显增多

（2）二三线公交客车市场开始放量

（3）公交线路延伸和城际公交成趋势

9.2.3公交客车未来发展趋势及销量预测

（1）新能源公交客车将被广泛采购

（2）国家对公交客车的安全更关注

（3）二三线城市需求将进一步提高

（4）“十三五”公交客车需求预测

9.2.4公交客车发展前景展望

9.3旅游客车市场分析

9.3.1旅游客车市场销量分析

（1）旅游客车总体销量分析

（2）旅游客车销量集中度分析

（3）旅游客车出口市场分析

9.3.2旅游客户抽样析

9.3.3高档旅游客车发展分析

9.3.4旅游客车与高速客运车对比

9.3.5旅游客车发展前景展望

9.4公路客车市场分析

9.4.1公路客车市场产销量分析

(1) 公路客车总体销量分析

(2) 公路客车各省市产量分析

9.4.2公路客车品牌集中度分析

9.4.3公路客车市场集中度分析

9.4.4公路客车发展前景展望

9.5农村客车市场分析

9.5.1农村客车市场销量分析

9.5.2农村客车政策环境分析

(1) 国家一系列惠农政策

(2) 城乡一体化政策

9.5.3农村客车发展前景展望

9.6专用客车市场分析

9.6.1专用客车市场销量分析

9.6.2专用客车发展状况分析

9.6.3专用客车产品特点及趋势

9.6.4专用客车产销需具备的平台

9.6.5专用客车市场及利润分析

9.6.6专用客车发展前景展望

第十章：中国客车行业竞争对手分析

10.1郑州宇通客车股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.2厦门金龙汽车集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

(1) 厦门金龙联合汽车工业有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

(1) 金龙联合汽车工业（苏州）有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

(1) 厦门金龙旅行车有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.3中通客车控股股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.4青年汽车客车公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.5安徽安凯汽车股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.6辽宁曙光汽车集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.7 上海申龙客车有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.8 北汽福田汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.9 安徽江淮汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.10 亚星客车

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十一章：中国客车行业风险分析及市场预测

11.1 客车行业发展风险分析

11.2 客车行业政策风险分析

11.3 客车行业经济风险分析

11.4 客车行业技术风险分析

11.5 客车行业供求风险分析

11.6 客车行业原材料风险分析

11.7 客车行业关联行业风险分析

11.8 客车行业区域风险分析

11.9 客车行业经营风险分析

11.10 客车行业投资动向分析

11.11 交通固定资产投资完成情况

11.12 客车行业最新投资动向分析

11.13中国客车市场预测

11.14中国汽车总体销量预测

11.15中国大中型客车销量预测

11.16中国轻型客车销量预测

11.17各地区客车拥有量预测

11.18客车产品需求变化预测

11.19客车行业政策法规预测

11.20中国客车出口情况预测

图表目录

图表111月-6月钢铁行业固定资产投资额及同比增长率变动趋势

图表211月-6月钢铁工业增加值变化趋势

图表311月-6月主要钢铁产品产量累计同比增长趋势

图表41-6月国内主要耗钢产品产量累计同比增长图

图表59月末-6月末国内钢材价格指数走势

图表69月末-6月末主要钢材品种价格指数

图表79月-6月钢材累计出口量及同比增长

图表89月-6月钢材累计进口量及同比增长

图表911月-6月钢铁累计主营业务收入及同比增长

图表1011月-6月钢铁累计利润及同比增长

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/banyunshebei/293936293936.html>