

2006年中国客车市场研究报告

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《2006年中国客车市场研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2657526575.html>

报告价格：电子版: 5200元 纸介版：5700元 电子和纸介版: 6200

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

引言2006年上半年，54家企业累计生产各类客车62092辆，同比增量为10777辆，增长21%，累计销售62013辆，同比增量为12023辆，增长24.05%，其中，1月份的增量为904辆，2月份1506辆，3月份2771辆，4月份1974辆，5月份1745辆，6月份3123辆，可见，6月份的贡献最大，在6月份销量的强势拉动之下，累计销量的增长幅度呈上升之势。上半年，54家企业累计生产座位客车42404辆，卧铺客车1196辆，公交客车18330辆，其他客车162辆，分别占生产总量的68.29%、1.93%、29.52%和0.26%；销售座位客车42638辆，卧铺客车1240辆，公交客车17995辆，其他客车140辆，分别占销售总量的68.76%、2%、29.02%和0.23%；累计销售大型客车17379辆、中型客车25889辆、轻型客车18745辆，分别占28.02%、41.75%和30.23%。30座以上的大型客车主要用于长途高速客运，其需求量与高速公路的通车里程密切相关。10~30座的中型客车，主要用于中短途客运，其需求量与公路通车里程密切相关。根据国家公路发展规划，我国高速公路规划总里程约8.5万公里，其中到2005年已完成3.5万公里，计划到2010年建成5~5.5万公里，完成规划的65%，每年的复合增长率为8~9%。“十一五”期间，每年的投资力度约1400~1600

亿元，每年的高速公路通车里程增加约4000公里。到2010年后，每年的投资力度会下降，高速公路新增通车里程也将逐步下降。通过对历史数据的回归分析，我们发现，国内大型客车的销售量与高速公路的通车里程以及人均收入成线性相关，而中型客车的销售量与公路通车里程以及人均收入成线性相关。我们认为，在2010~2015年前，由于与大中型客车销售相关联的主要因素不会发生根本性变化，此种线性相关关系仍将保持基本稳定。本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、中国社会经济调查研究中心、中国汽车工业协会、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国客车市场的供给与需求状况、客车竞争格局、发展趋势等进行了分析，并对国际客车市场及加入WTO后中国客车市场变化、客车行业投资分析等方面进行了深入探讨。是客车企业以及相关企业和单位、计划投资于客车的企业和个人等准确了解目前中国客车市场发展动态，把握客车行业发展趋势，制定市场策略必备的精品!

目 录第一章 2005-2006年中国客车行业投资环境分析第一节 2005-2006年宏观经济环境分析一、2005年宏观经济运行指标分析二、2006年宏观经济运行预测第二节 2005-2006年客车行业政策环境分析一、客车准入制度分析二、品牌销售对客车行业的影响第三节 2005-2006年客车相关行业发展分析一、2005-2006年全国钢铁产业情况（一）2005年钢铁行业运行情况（二）2006年钢铁工业发展态势预测二、2005-2006年零部件产业分析（一）“十五”期间我国汽车零部件行业发展回顾（二）2005年我国汽车零部件行业基本情况（三）我国汽车零部件产业现状（四）我国汽车零部件产业发展趋势第二章 世界客车行业现状分析一、欧洲主要客车生产厂家二、俄罗斯三、北美和南美主要客车生产企业四、亚洲主要客车生产企业第三章 中国客车行业发展状况分析第一节

近年客车行业经济指标分析一、行业成长速度二、行业进入壁垒三、其他经济指标第二节
中国客车产业国际竞争力分析一、科研竞争力二、价格竞争力指标三、我国客车工业发展的
有利环境四、其它优势分析五、中国客车，如何参与国际竞争？第四章

2005-2006中国客车行业产销状况分析第一节 2005年中国客车行业产销分析一、客车市场
整体需求略有萎缩二、客车产品仍集中在中东部地区，旅游客车和专用客车增长较为快速三
、企业整体应对市场变化的能力增强第二节 2006年上半年客车市场产销分析一、总增量：
中型客车对增量的贡献最大二、座位客车增量：轻型座位客车的表现并不理想三、公交客车
增量：传统公路客车企业向公交领域转移第三节 中国客车行业发展趋势分析一、环保节能
将是未来客车市场发展的主旋律之一二、下半年客车市场将有所改观三、钢价可能继续上扬
，对汽车企业构成成本压力四、预计成品油价格将继续上调使使用成本继续增长第五章

2005-2006年中国客车主细分市场分析第一节 2005-2006年大中型客车市场分析一、大中型
客车行业的发展现状与展望二、2005年大中型客车行业分析三、2006年上半年大中型客车
市场分析四、大中型客车市场展望第二节 2005-2006年轻型客车市场分析一、2005年轻型
客车市场分析二、2005年中国轻客不同细分市场三、2005年中国轻型客车市场特征分析四
、2006年轻客发展趋势分析第三节 2005-2006年微型客车市场分析一、2005年微型客车市
场分析二、2006年上半年微型客车市场分析第六章 2005-2006年客车业进出口情况第一节

2005年客车进出口情况一、客车出口情况分析二、客车进口情况分析第二节
2006年上半年客车出口情况分析第三节 中国客车出口市场存在的问题一、重数量轻服务二
、出口利润点低三、重销售轻战略四、行业“多、小、散”的局面没有改观第七章

2005-2006年中国客车市场需求分析及预测第一节 “十一五”期间影响客车市场的因素分析一
、“十一五”期间，客车市场仍将保持稳步增长的势头的原因二、影响客车市场的因素第二节
未来10 年国内大中型客车需求分析一、客运市场——公路客运能力提升和产品升级是驱动
力二、公交客车的需求稳定增长三、出口可能在2010年前后成为增长的主动动力第三节 2006
年客车市场需求预测一、市场需求变化分析二、2006年分类型客车市场需求预测第八章

2005-2006年客车市场竞争格局第一节 2005-2006年客车市场分车型竞争状况一、大中型客
车竞争格局（一）2005-2006年大中型客车整体产销格局（二）影响大中型客车发展的因素
二、2005-2006年轻型客车产销格局三、2005-2006年微型客车产销格局第二节 客车企业未
来的竞争5大发展趋势一、市场战略全面化二、竞争市场细分化三、经营决策科学化四、管
理观念前沿化五、企业管理市场化第三节 客车行业的竞争策略分析一、行业领导者——痛
并快乐着二、行业挑战者——处心积虑，虎视眈眈三、行业跟随者——如影随行，产品跟进
四、市场补充者——市场细化，区域强者五、多元化交叉竞争模式，是客车行业的主要特征

第九章 业内优势企业分析第一节 中通集团第二节 郑州宇通客车有限公司第三节
厦门金龙联合汽车工业有限公司第四节 安凯客车股份有限公司第五节
江淮汽车股份有限公司第六节 长安汽车（集团）有限责任公司第七节 其他企业第十章
WTO对客车行业的影响第一节 加入WTO对中国客车行业的影响一、加入WTO对大中型客

车的影响二、加入对轻型客车的影响三、加入对微型客车的影响第二节

中国客车业发展对策一、应对策略二、应对具体措施第十一章

客车行业SWOT及投资机会分析第一节 中国客车行业的发展优势分析一、大中型客车行业“十五”规划，为客车行业发展提供保障二、中国自身客车市场潜力巨大三、中国加入WTO在一定程度上加快客车业发展步伐四、劳动力成本低第二节 中国客车业存在的问题分析一、整体规模小，综合实力弱二、技术力量薄弱三、中国汽车工业产业调整难度大第三节 中国客车业面临的发展机会一、大中型客车的发展机会二、豪华客车投资潜力巨大三、轻型客车的发展机会四、微型客车第四节 客车业如何打好服务牌一、汽车服务业蕴涵商机二、客车业提升服务，势在必行三、关键是要走好“国情路”第十二章中国客车行业的发展趋势第一节 汽车行业新的竞争方向一、信息网络汽车二、电子商务三、汽车智能化第二节 柴油机是世界车用动力的主流一、柴油机将成世界车用动力主流二、中国柴油机问题不少第三节

中国客车发展的主流4第四节 城市公交车的“三高、四低、两化”第五节 我国客车整车技术与发展趋势分析一、世界大中型客车技术发展现状二、我国大中型客车技术的现状三、我国客车技术的发展方向部分图表目录：图表：2005-2015年公交客车保有量预测图表：1999-2007

客车出口增长情况图表：1998-2006年大型客车销量和增长率图表：1998-2006年中型客车销量和增长率图表：1998-2006年轻型客车销量和增长率图表：2006年1-7月大中型客车市场与2005年同期对比图表：2006年1-7月前8家大型客车生产企业市场份额比较图表：2006

年1-7月前8家大型客车生产企业销量及市场份额图表：2006年1-7月前8家中型客车生产企业市场份额比较图表：2006年1-7月前8家中型客车生产企业销量及市场份额图表：2006年上半年分车长客车销售情况图表：2006年上半年客车细分市场占有率情况图表：2006年1-6

月份客车市场占有率图表：2006年主流轻客企业增长情况图表：2006年上半年交叉型乘用车企业销售增长情况图表：2006年上半年主要交叉型乘用车市场占有率情况图表：2006年6

月份客车产销情况图表：2006年6月份客车分类别产销情况图表：2006年1 - 6月份客车销售增长情况图表：2006年1-6月份大客销售增长情况图表：2006年1-6月份中客销售增长情况

图表：2006年1-6月份轻客销售增长情况图表：2006年1 - 6月客车累计产销情况图表：2006年1 - 6月客车累计产销情况图表：2006年1 - 6月份客车分区域销售情况表图表：2006年1

- 6月份客车分区域销售情况图图表：2006年1 - 6月份客车分用途销售情况图表：2006年1-6月客车企业销售排行图表：2006年1-6月销售前10客车企业市场占有率情况图表：1997-20

07年大中型客车产量及增长率单位：辆图表：2006年1-6月客车（分车型）生产汇总表图表：2006年1-6月客车（分车型）销售汇总表图表：2006年1-6月大型客车（分车型）生产表

图表：2006年1-6月中型客车（分车型）生产表图表：2006年1-6月轻型客车（分车型）生产表图表：2006年1-6月中型客车（分车型）销售表图表：2006年1-6月轻型客车（分车型）

销售表图表：2006年1-6月大型客车（分车型）销售表图表：2005年1-12月客车(分车型)生产汇总表图表：2005年1-12月客车(分车型)销售汇总表图表：2005年1-12月大型客车(含

非完整车辆)生产表图表：2005年1-12月大型客车非完整车辆生产表图表：2005年1-12月中

型客车(含非完整车辆)生产表图表：2005年1-12月中型客车非完整车辆生产表图表：2005年1-12月轻型客车(含非完整车辆)生产表图表：2005年1-12月轻型客车非完整车辆生产表图表：2005年1-12月大型客车(含非完整车辆)销售表图表：2005年1-12月中型客车(含非完整车辆)销售表图表：2005年1-12月轻型客车(含非完整车辆)销售表图表：2006年新增钢铁产能预测（万吨）图表：2000-2005年汽车及零部件产业实现销售及利税情况图表：2004-2005年汽车行业销售利润情况图表：1991-2005年我国汽车零部件进出口情况图表：2005年客车产销产长情况图表：2005年客车分类别产销增长情况图表：2005年客车产销增长情况（按燃料分类）图表：2005年客车销售结构图表：2005年客车销售结构（分地区）图表：2005年客车按用途分车型销售情况图表：2005年客车销量集中程度图表：2005年我国大型客车市场份额比较图表：2005年我国中型客车市场份额比较图表：2002-2005年中国客车（分类型）出口情况图表：2005年汽车分月销售趋势图表：2005年轻型客车分月销售趋势图表：2003-2005年国内豪华客车市场份额分布图表：2002-2005年客车类上市公司三项费用比较图表：2005年客车底盘市场占有率情况图表：05年主要客车上市公司比率一览图表：05/06年交叉乘用车产销比较图表：2006年(1-6月份)主流轻客销量及同比增长率表图表：2005年交叉型乘用车产销增长情况图表：2005年交叉型乘用车月度产销增长情况图表：2005年交叉型乘用车月度销售情况图表：2006年上半年交叉型乘用车产销情况图表：2006年上半年交叉型乘用车分排量销售增长情况图表：影响公路客车需求的因素图表：1990-2014年中国公路、高速公路通车里程图表：1990-2020年中国人均GDP增长趋势图表：影响公交客车需求的因素图表：2005年主流轻型客车竞争格局图表：2001-2006年宇通产品结构调整变化情况图表：2002-2006年宇通客车销售均价及毛利率走势图：2003-2007年宇通客车内外销价格比较图表：2003-2007年宇通客车内外销毛利率比较图表：2002-2005年宇通客车分季度净利润构成图表：三家金龙2005年销量的分类型构成图表：三家金龙2005年销量的比例结构

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2657526575.html>