

2017-2022年中国客车行业市场发展现状及十三五 投资价值分析报告

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年中国客车行业市场发展现状及十三五投资价值分析报告》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/banyunshebei/278230278230.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

数据显示：2016年10月共销售客车2.3万辆，同比下降12.6%。2016年1-10月，累计销售客车21.6万辆，同比增加4%，其中销售大型、中型和轻型客车分别为6.1万辆、6.9万辆和8.6万辆，同比增幅为-1.4%、+29.4%和-7.0%。

客车月度销量（单位：万辆）

客车行业及主要企业销量

2016年10月，汽车销售265万辆，同比增长18.7%。其中：乘用车销售234.4万辆，同比增长20.3%。商用车销售30.6万辆，同比增长7.4%。2016年1-10月，汽车累计销量同比增长13.8%为2201.7万辆，增幅比1-9月提升0.6个百分点。其中：乘用车累计销量同比增长15.4%达1909.6万辆；商用车累计销量同比增加4.6%为292.1万辆。2016年10月我国汽车产销量高增长原因之一为上年同期产销基数较低；原因之二为始于2015年10月的购置税优惠政策年底到期，而2017年该政策前景尚不明朗，造成部分消费者提前购车。

汽车月度销量及同比增幅（单位：万辆）

汽车累计销量同比增幅（单位：%）

中国报告网发布的《2017-2022年中国客车行业市场发展现状及十三五投资价值分析报告》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。

第一章 客车相关概念介绍

1.1 汽车的相关介绍

1.1.1 汽车的概念

1.1.2 汽车的分类

1.1.3 汽车的特性

1.2 客车概念介绍

1.2.1 客车的定义及分类

1.2.2 客车的结构特征

1.2.3 客车的基本性能

1.2.4 中国客车车型结构划分标准

1.3 客车主要部件构成简介

1.3.1 客车车身及装置

1.3.2 底盘特性及相关技术指标

1.3.3 发动机分类及特性

第二章 2014-2016年汽车行业分析

2.1 2014-2016年世界汽车行业发展状况

2.1.1 行业发展特点

2.1.2 行业生产状况

2.1.3 行业销售现状

2.1.4 重点区域市场

2.2 中国汽车工业发展综述

2.2.1 产业对经济发展的战略作用

2.2.2 行业发展成就回顾

2.2.3 产业自主品牌发展分析

2.2.4 行业整零关系的发展模式综述

2.2.5 产业集群发展状况分析

2.3 2014-2016年中国汽车行业运行分析

2.3.1 行业产销情况综述

2.3.2 市场进出口状况分析

2.3.3 行业经济效益分析

2.3.4 产业集中度分析

2.3.5 市场价格行情分析

2.4 中国汽车行业面临的挑战分析

2.4.1 市场存在的主要问题

2.4.2 产业发展制约瓶颈

2.4.3 产业税收体系存在的不足

2.4.4 行业面临环保考验

2.5 促进中国汽车行业发展的对策

2.5.1 产业应对成本上升的建议

2.5.2 行业发展的战略对策

2.5.3 品牌国际化策略分析

2.5.4 产业竞争力提升策略

2.5.5 产业发展的相关理性思考

2.6 中国汽车行业投资风险及建议

2.6.1 行业投资壁垒分析

2.6.2 企业财务风险预警分析

2.6.3 企业财务管理对策

第三章 2014-2016年世界客车行业发展分析

3.1 2014-2016世界客车行业发展概况

3.1.1 世界客车产量规模

3.1.2 燃料电池客车发展

3.1.3 英国客车市场规模

3.1.4 客车行业发展趋势

3.2 世界客车技术发展现状

3.2.1 主要应用技术设备介绍

3.2.2 大中型客车技术应用现状

3.2.3 国外客车安全技术浅析

3.2.4 欧洲客车行业的技术创新

3.2.5 欧洲大型客车安全技术应用

3.3 世界客车行业政策法规分析

3.3.1 世界客车安全法规特点

3.3.2 欧洲客车法规和标准

3.3.3 美国新客车气体排放标准

3.3.4 日本提高客车燃料效率

3.4 世界客车市场发展预测

3.4.1 未来市场需求规模预测

3.4.2 公共交通将拉动客车需求

3.4.3 生产力向发展中国家转移

3.4.4 世界大中型客车发展趋势

第四章 2014-2016年中国客车行业分析

4.1 中国客车行业发展综述

4.1.1 行业发展优势

4.1.2 行业发展历程

4.1.3 行业现状分析

4.1.4 “一带一路”下行业谋新局

4.2 2014-2016年中国客车市场发展分析

4.2.1 2014年市场发展分析

4.2.2 2015年市场发展分析

4.2.3 2016年市场发展现状

4.3 2014-2016年全国及主要省份客车产量分析

4.3.1 2014年产量分析

4.3.2 2015年产量分析

4.3.3 2016年产量分析

4.4 客车市场品牌分析

4.4.1 客车企业品牌理念逐渐明确

4.4.2 客车企业品牌建设分析

4.4.3 客车销售品牌战略规划

4.5 中国客车市场营销分析

4.5.1 市场营销理论概述

4.5.2 客车行业的营销环境

4.5.3 客车营销中存在的问题

4.5.4 客车创新营销思路解析

4.5.5 客车市场营销策略选择

第五章 2014-2016年大中型客车行业发展分析

5.1 2014-2016年中国大中型客车市场发展分析

5.1.1 市场销售规模及特征

5.1.2 大中型客车市场表现

5.1.3 大型客车企业竞争格局

5.1.4 中型客车企业竞争格局

5.2 2014-2016年部分地区大中型客车市场分析

5.2.1 北京

5.2.2 江苏

5.2.3 广东

5.2.4 山东

5.2.5 上海

5.3 2014-2016年中国大中型客车出口情况分析

5.3.1 出口市场规模

5.3.2 出口市场特征

5.3.3 企业出口动态

5.3.4 未来发展方向

5.4 大中型客车的设计造型及相关技术因素分析

5.4.1 国外大中型客车外形造型发展趋势

5.4.2 中国大中型客车外形造型发展分析

5.4.3 大中型客车外饰品对车身造型影响

5.4.4 大中型客车内饰设计原则

5.4.5 大中型客车安全性能设计

5.5 大中型客车发展趋势及前景预测

5.5.1 发展模式及特点

5.5.2 市场发展趋势

5.5.3 行业发展前景

第六章 2014-2016年新能源客车行业发展分析

6.1 2014-2016年新能源客车行业发展概述

6.1.1 行业扶持政策

6.1.2 政策变化特点

6.1.3 行业标准建立

6.1.4 推动技术进步

6.1.5 新能源公交车发展利好

6.2 2014-2016年中国新能源客车市场分析

6.2.1 市场产量规模

6.2.2 市场销量规模

6.2.3 市场特征现状

6.2.4 企业动态分析

6.3 2014-2016年我国新能源客车示范应用状况

6.3.1 推广新能源客车的背景及意义

6.3.2 主要城市新能源公交推广现状

6.3.3 新能源汽车免购置税情况

6.3.4 新能源客车应用中的问题

6.3.5 新能源客车示范推广的建议

6.4 我国新能源客车产业化进程分析

6.4.1 新能源汽车已进入产业化阶段

6.4.2 政策加快新能源汽车产业化

6.4.3 新能源公交产业化推广方向

6.4.4 新能源客车产业化发展困境

6.4.5 推进新能源客车产业化建议

6.5 中国新能源客车发展展望

6.5.1 行业发展趋势

6.5.2 未来市场展望

6.5.3 行业发展形势

6.5.4 重点企业规划

6.5.5 区域发展规划

第七章 2014-2016年公路客车市场分析

7.1 中国公路客车市场总体综述

7.1.1 公路客车行业发展历程分析

7.1.2 公路建设为给公路客车业提供机遇

7.1.3 公路客车行业发展壮大的基础

7.1.4 营业性客车公路客运状况分析

7.1.5 新等级标准对公路客车的影响

7.2 2014年中国公路客车市场回顾

7.2.1 整体销售情况

7.2.2 大型车销售情况

7.2.3 品牌销售情况

7.2.4 市场特征分析

7.3 2015-2016年中国公路客车市场现状

7.3.1 销售态势分析

7.3.2 政策引导分析

7.3.3 发展趋势分析

7.4 中国公路客车发展前景及趋势

7.4.1 市场前景依然广阔

7.4.2 市场需求变化趋势

7.4.3 新能源座位客车前景

第八章 2014-2016年城市客车市场分析

8.1 中国城市客车市场概况

8.1.1 行业发展特点解析

8.1.2 市场需求不断上升

8.1.3 行业技术环境分析

8.1.4 总量调控成为常态

8.2 2014-2016年城市公交客车市场发展分析

8.2.1 市场格局变化

8.2.2 市场销售现状

8.2.3 市场细分需求

8.2.4 市场增长动因

8.2.5 利好政策分析

8.3 2014-2016年微循环公交客车市场运行分析

8.3.1 基本概念解析

8.3.2 必备特点分析

8.3.3 市场需求分析

8.3.4 未来走势分析

8.4 2014-2016年中国城市客车研发动态

8.4.1 青年汽车研发新型动力电池城市客车

8.4.2 即充式纯电动城市客车成功投产

8.4.3 增程式纯电驱动城市客车量产

8.4.4 东风汽车混合动力城市客车下线

8.4.5 黄海超级巴士问世

8.5 城市客车行业发展趋势及前景

8.5.1 行业未来发展趋势

8.5.2 行业增长空间剖析

8.5.3 公交客车市场前景看好

第九章 2014-2016年旅游客车市场分析

9.1 旅游客车行业发展概述

9.1.1 旅游行业发展潜力分析

9.1.2 旅游客车市场发展历程

9.1.3 旅游客车市场发展特征

9.2 2014-2015年中国旅游客车市场发展现状

9.2.1 市场运行状况

9.2.2 行业供给状况

9.2.3 销售规模分析

9.2.4 对外贸易状况

9.2.5 区域市场消费

9.3 2016年中国旅游客车市场运行特征

9.3.1 总体增长平稳

9.3.2 新能源客车比例提高

9.3.3 安全性成客户关注核心

9.3.4 高档旅游客车发展加速

9.3.5 配置要求多重功能

9.3.6 政策及市场双重作用

9.4 旅游客车行业发展模式剖析

9.4.1 投资运作模式

9.4.2 产品渠道模式

9.4.3 产品经销模式

9.4.4 国际化营销模式

9.4.5 市场营销策略

9.5 促进中国旅游客车行业发展的策略

9.5.1 加强国内重点区域市场运作

9.5.2 加强市场及产品的研究及规划

9.5.3 提高旅游客车产品的技术水平

9.5.4 加强宣传打造品牌竞争力

9.6 中国旅游客车行业投资风险分析

9.6.1 技术风险

9.6.2 原材料风险

9.6.3 政策/体制风险

9.7 中国旅游客车行业前景趋势预测

9.7.1 产品未来发展趋势

9.7.2 景观车将成市场新热点

9.7.3 旅游客车市场前景广阔

第十章 2014-2016年中国客车国际化发展分析

10.1 中国客车国际化发展分析

10.1.1 企业实施国际化战略的意义

10.1.2 客车安全标准国际化亟待推进

10.1.3 行业国际竞争力分析

10.1.4 行业国际化进程中面临的挑战

10.2 中国客车出口状况分析

10.2.1 2014年客车出口回顾

10.2.2 2015年客车出口状况

10.2.3 2016年客车出口状况

10.3 2014-2016年中国柴油机客车，10座（包括驾驶座）进出口数据分析

10.3.1 进出口总量数据分析

10.3.2 主要贸易国进出口情况分析

10.3.3 主要省市进出口情况分析

10.4 2014-2016年中国其他机动客车，10座及以上（包括驾驶座）进出口数据分析

10.4.1 进出口总量数据分析

10.4.2 主要贸易国进出口情况分析

10.4.3 主要省市进出口情况分析

10.5 2014-2016年中国汽油小客车，1500ML < 排量 2000ML进出口数据分析

10.5.1 进出口总量数据分析

10.5.2 主要贸易国进出口情况分析

10.5.3 主要省市进出口情况分析

10.6 2014-2016年中国柴油小客车，1500ML < 排量 2000ML进出口数据分析

10.6.1 进出口总量数据分析

10.6.2 主要贸易国进出口情况分析

10.6.3 主要省市进出口情况分析

10.7 中国客车出口的影响因素及发展对策分析

10.7.1 客车出口的有利因素

10.7.2 客车出口的不利因素

10.7.3 客车企业拓展国际市场的对策

10.7.4 进一步扩大客车出口的思路

10.7.5 客车出口与品牌建立联系紧密

第十一章 2014-2016年中国客车行业重点企业分析

11.1 郑州宇通客车股份有限公司

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 未来前景展望

11.2 厦门金龙汽车集团股份有限公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 经营效益分析

11.2.3 业务经营分析

11.2.4 财务状况分析

11.2.5 未来前景展望

11.3 中通客车控股股份有限公司

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 经营效益分析

11.3.3 业务经营分析

11.3.4 财务状况分析

11.3.5 未来前景展望

11.4 安徽安凯汽车股份有限公司

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 经营效益分析

11.4.3 业务经营分析

11.4.4 财务状况分析

11.4.5 未来前景展望

11.5 上市公司财务比较分析

11.5.1 盈利能力分析

11.5.2 成长能力分析

11.5.3 营运能力分析

11.5.4 偿债能力分析

第十二章 2014-2016年中国客车相关行业分析

12.1 公路运输业

12.1.1 2013年行业发展分析

12.1.2 2014年行业发展状况

12.1.3 2015年行业状况分析

12.1.4 2016年行业发展现状

12.1.5 “十三五”行业发展思考

12.2 钢铁产业

12.2.1 行业生产状况

12.2.2 市场外贸状况

12.2.3 市场价格分析

12.2.4 行业经济效益

12.2.5 行业主要问题

12.2.6 行业发展策略

12.2.7 市场发展预测

12.3 石化产业

12.3.1 2014年行业运行分析

12.3.2 2015年行业运行状况

12.3.3 2016年行业运行现状

12.3.4 行业发展对策及建议

12.3.5 行业面临的形势与预测

12.3.6 “十三五”产业重点布局

12.4 汽车零部件

12.4.1 2014年产业发展状况

12.4.2 2015年市场进出口分析

12.4.3 2016年行业外贸现状

12.4.4 行业面临的瓶颈

12.4.5 行业的发展战略

12.4.6 市场发展趋势分析

第十三章 2014-2016年中国客车市场竞争分析

13.1 中国客车市场竞争主体剖析

13.1.1 新介入者

13.1.2 民营企业

13.1.3 国有企业

13.1.4 龙头企业

13.1.5 外资企业

13.2 2014-2016年中国客车市场竞争态势

13.2.1 中国客车业的国际竞争力分析

13.2.2 公铁竞争加剧客车业积极应对

13.2.3 客车服务进入品牌竞争阶段

13.2.4 纯电动客车市场竞争格局分析

13.3 客车市场竞争要素分析

13.3.1 价格要素

13.3.2 降低油耗

13.3.3 客户资源

13.4 中国客车行业竞争策略

13.4.1 行业层次竞争策略

13.4.2 差异化策略提升客车行业竞争力

13.4.3 二线客车企业品牌竞争策略

13.5 提升客车行业竞争力的建议

13.5.1 重视品牌建设

13.5.2 强化售后服务

13.5.3 培养核心竞争力

13.5.4 制造符合需求的产品

13.5.5 提升内在素质

13.5.6 少管制多规范

13.6 中国客车市场竞争趋势

13.6.1 市场战略全面化

13.6.2 竞争市场细分化

13.6.3 经营决策科学化

13.6.4 管理观念前沿化

13.6.5 企业管理市场化

第十四章 中国客车市场问题及对策

14.1 中国客车行业存在的问题

14.1.1 我国客车行业发展面临的主要挑战

14.1.2 中小客车企业发展中存在的问题

14.1.3 中国客车自主品牌与国外存在的差距

14.1.4 中国客车业面临产能过剩难题

14.1.5 客车行业长期存在合资难现象

14.2 中国客车行业发展对策

14.2.1 中国成为客车强国应注重四大指标

14.2.2 做强中国客车产业的战略选择

14.2.3 推动农村客车市场发展的对策

14.2.4 中国客车企业应构建竞争型售后服务新体系

14.2.5 加强企业自主创新能力

14.2.6 不断进行产品升级

14.2.7 继续重视销量

14.2.8 坚持专业化发展

第十五章 中国客车市场前景趋势分析

15.1 中国客车市场发展趋势

15.1.1 市场面临的机遇

15.1.2 行业产销前景

15.1.3 市场营销趋势

15.2 中国客车行业未来升级方向

15.2.1 保持和提升“车性”

15.2.2 更“客性”化

15.2.3 主动导入车联网

15.2.4 挑战节能技术，迎接新能源趋势

15.3 2017-2022年中国客车行业预测分析

15.3.1 未来行业发展影响因素

15.3.2 客车（指整车）销量预测

15.3.3 汽车制造销售收入预测

15.3.4 汽车制造累计利润总额预测

第十六章 中国汽车行业政策法规分析

16.1 2014—2016年中国汽车工业政策法规分析

16.1.1 2013年汽车行业政策法规

16.1.2 2014年汽车行业政策法规

16.1.3 2015年汽车行业政策法规

16.1.4 2016年汽车行业政策法规

16.2 国家“十三五”规划纲要对汽车产业的指导

16.2.1 推进产业结构调整

16.2.2 加强企业技术改造

16.2.3 引导企业兼并重组

16.2.4 促进中小企业发展

16.2.5 培育发展战略性新兴产业

16.2.6 实行更加积极主动的开放战略

16.2.7 加快实施“走出去”战略

16.2.8 加快发展生产性服务业

16.3 中国汽车行业相关政策分析

16.3.1 解析《汽车贸易政策》

16.3.2 《汽车产品回收利用技术政策》解析

16.3.3 《反垄断法》对汽车工业的影响分析

16.3.4 燃油税对汽车工业发展的影响

16.3.5 《车船税法》解读

16.4 主要政策法规介绍

16.4.1 《汽车产业发展政策》（2009年修订）

16.4.2 《汽车贸易政策》

16.4.3 《汽车品牌销售管理实施办法》

16.4.4 《汽车产品回收利用技术政策》

16.4.5 《汽车金融公司管理办法》

16.4.6 《汽车贷款管理办法》

图表目录：

图表1 2001-2014年中国汽车产量和占全世界汽车总产量的比重

图表2 2007-2014年全球汽车产量

图表3 2014年全球汽车产量分国家统计

图表4 2007-2014年全球汽车销量统计

图表5 2014年全球汽车销售区域分布格局

图表6 2012-2014年月度汽车销量及同比变化情况

图表7 2012-2014年月度乘用车销量变化情况

图表8 2012-2014年商用车月度销量变化情况

图表9 2012-2014年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表10 2014年国内汽车销售市场占有率

图表11 2014—2016年月度汽车销量及同比变化情况

图表12 2014—2016年月度乘用车销量变化情况

图表13 2014—2016年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表14 2014—2016年商用车月度销量变化情况

图表15 2014-2015年乘用车系别市场份额比较

图表16 2015年国内汽车销售市场占有率

图表17 2014-2016年月度汽车销量及同比变化情况

图表18 2014-2016年月度乘用车销量变化情况

图表19 2014-2016年1.6L及以下乘用车销量变化情况

图表20 2014-2016年商用车月度销量变化情况

(GYZX)

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：<http://baogao.chinabaogao.com/banyunshebei/278230278230.html>