

中国客车市场产销形势与产业链投资 研究报告（2011-2015年）

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《中国客车市场产销形势与产业链投资研究报告（2011-2015年）》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201106/69407.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2011年，国家宏观经济环境更加复杂和充满不确定性，客车行业产业结构调整和优化步伐也随之加快，这将促进企业不断开发、推出更贴近市场需求的产品。同时，作为一个理性的产业，客车行业未来发展也必将继续沿着波浪式前进的轨迹运行，但前途依旧充满光明。

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。

第一部分 国内外客车产业整体运行态势

第一章 2010-2011年国内外汽车产业整体运行态势分析

第一节 2010-2011年国际汽车工业运行简述

- 一、国外汽车产业利用外资模式的分析
- 二、国际汽车工业发展变化特征
- 三、金融危机对世界汽车产业发展的影响
- 四、世界各国政府汽车产业发展政策比较分析
- 五、中欧与东欧汽车工业的发展概况

第二节 近三年中国汽车产销数据同比分析

- 一、2007年国内汽车产销数据分析
- 二、2008年中国汽车产销分析
- 三、09年中国汽车产销分析
- 四、2010年中国汽车产销分析

第三节 2010-2011年中国汽车工业发展现状

- 一、我国汽车市场发展趋好的主要依据
- 二、中国汽车出口形势不容乐观

第四节 2006-2010年中国汽车制造行业主要数据监测分析

- 一、2006-2010年11月份中国汽车制造行业规模分析
- 二、2010年11月份中国汽车制造行业结构分析
- 三、2006-2010年11月份中国汽车制造行业产值分析
- 四、2006-2010年11月份中国汽车制造行业成本费用分析
- 五、2006-2010年11月份中国汽车制造行业盈利能力分析

第五节 2010-2011年中国汽车行业发展的的问题

- 一、国外贸易保护政策阻碍我国汽车出口
- 二、中国汽车行业自身存在的缺陷
- 三、中国汽车工业面临人才紧缺难题

第六节 2010-2011年促进中国汽车行业发展的对策

- 一、紧缩银根政策下汽车行业的应对之策
- 二、中国汽车产业应坚持走精益生产之路
- 三、中国汽车行业发展的战略对策

第七节 2010-2011年国内兼并重组分析

- 一、国内整车企业联合与重组
- 二、零部件企业或项目联合与重组
- 三、汽车企业与相关领域联合或重组
- 四、国内企业联合重组发展趋势

第二章 2010-2011年世界客车行业运行形势解析

第一节 2010-2011年世界客车产业运行政策环境解析

- 一、世界客车安全法规特点分析
- 二、国外汽车型式认证制度
- 三、欧洲客车法规和标准
- 四、美国新客车气体排放标准
- 五、日本提高客车燃料效率

第二节 2010-2011年世界客车产业运行总况

- 一、世界客车市场格局及产能分析
- 二、世界客车主要应用技术设备情况
- 三、世界客车业更注重节能环保
- 四、世界客车技术应用情况
 - 1、大中型客车新技术应用
 - 2、国外客车安全技术浅析
 - 3、欧洲客车行业的技术创新
 - 4、欧洲大型客车安全性技术及应用状况

第三节 2011-2015年世界大中型客车市场发展预测分析

- 一、公共交通将拉动客车需求上升
- 二、世界大中型客车发展趋势
- 三、2012年全球客车市场将进一步扩大

第三章 2010-2011年中国客车产业整体运行态势分析

第一节 2010-2011年中国客车行业亮点分析

- 一、客车行业加速结构调整
- 二、社会资本抄底客车市场
- 三、混合动力客车产业化起步
- 四、政策助力农村客车市场启动
- 五、客车业主要区域市场发展特征
- 六、技术水平及配套环境逐步升级

第二节 2010-2011年中国客车行业现状分析

- 一、中国客车产业正在走向世界
- 二、中国客车行业进入转型期
- 三、外资介入中国客车领域
- 四、“中国制造”获得全球客车行业瞩目
- 五、中国本土客车企面临变革
- 六、金融危机催生客车行业格局变动

第三节 2010-2011年中国客车国际化发展分析

- 一、中国客车企业实施国际化战略的意义
- 二、我国客车企业国际化取得明显成效
- 三、我国客车安全标准国际化亟待推进
- 四、中国客车国际化进程中面临的挑战
- 五、中国客车开拓国际市场的对策
- 六、中国自主品牌客车发展海外道路宽阔

第四节 2010-2011年中国客车市场品牌分析

- 一、中国客车产业品牌发展历程
- 二、中国客车品牌发展解析
- 三、客车企业发展中的品牌靶向力分析
- 四、中国客车品牌建设的对策措施
- 五、中国客车行业的品牌成长

第五节 2010-2011年中国客车产业热点问题探讨

- 一、客车企业对标准法规反应迟钝
- 二、客车行业整合状况
- 三、缺乏市场主动权

第二部分 中国客车市场深度剖析

第四章 2006-2010年中国客车产业数据统计分析

第一节 2006-2010年中国大型客车(车长 >10 米)产量统计分析

- 一、2006-2009年全国大型客车(车长 >10 米)产量分析
- 二、2010年1-11月全国及主要省份大型客车(车长 >10 米)产量分析
- 三、2010年1-11月大型客车(车长 >10 米)产量集中度分析

第二节 2006-2010年中国中型客车(7米 $\leq$ 车长)产量统计分析

- 一、2006-2009年全国中型客车(7米 $\leq$ 车长)产量分析
- 二、2010年1-11月全国及主要省份中型客车(7米 $\leq$ 车长)产量分析
- 三、2010年1-11月中型客车(7米 $\leq$ 车长)产量集中度分析

第三节 2006-2010年中国轻型客车(车长 ≤ 7 米)产量统计分析

- 一、2006-2009年全国轻型客车(车长 ≤ 7 米)产量分析
- 二、2010年1-11月全国及主要省份轻型客车(车长 ≤ 7 米)产量分析
- 三、2010年1-11月轻型客车(车长 ≤ 7 米)产量集中度分析

第五章 2010-2011年中国客车市场运行新形势分析

第一节 2010-2011年中国客车市场现状综述

- 一、我国客车市场需求同比分析
- 二、中国客车业订单量统计分析
- 三、政策助力农村客车市场启动

第二节 2007-2010年中国客车销售数据分析

- 一、2007-2010年中国客车整车销售数据分析
- 二、2007-2010年中国客车地盘销售数据分析

第三节 2007-2010年中国客车按车型划分销售数据分析

- 一、2007-2010年中国大型客车销售情况分析
- 二、2007-2010年中国中型客车销售情况分析
- 三、2007-2010年中国轻型客车销售情况分析

第四节 2007-2010年中国客车销售对比分析

- 一、中国客车地区销售情况对比分析
- 二、中国客车销量前十企业统计

第五节 2011-2015年中国客车市场潜在情况预测

- 一、新能源客车
- 二、大容量公交车

三、农村市场

第六节 2010-2011年中国客车市场价格分析

- 一、中国客车行业进入低利润时期
- 二、中国客车市场价格战的原因及特点
- 三、客车企业应关注非价格竞争

第七节 2010-2011年中国客车市场营销分析

- 一、中国客车行业的营销环境
- 二、中国客车营销中存在的问题
- 三、客车营销中三种创新营销思路解析
- 四、中国客车营销模式需要理性思考
- 五、新形势下客车企业营销创新解析

第六章 近几年中国客车进出口数据监测

第一节 2010-2011年中国客车进出口贸易综述

- 一、全球客车采购焦点锁定中国
- 二、中国客车企业积极开拓国际市场
- 三、我国客车出口面临的形势
- 四、影响中国进出口贸易的因素分析

第二节 2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口数据统计情况（87021101）

- 一、2006-2010年中国30座及以上大型客车进口数据分析
- 二、2006-2010年中国30座及以上大型客车出口数据分析
- 三、2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口平均单价分析
- 四、2006-2010年中国30座及以上大型客车进出口国家及地区分析

第三节 2006-2010年中国23≤座<30柴油型中型客车进出口数据统计情况（87021102）

- 一、2006-2010年中国23≤座<30柴油型中型客车进口数据分析
- 二、2006-2010年中国23≤座<30柴油型中型客车出口数据分析
- 三、2006-2010年中国23≤座<30柴油型中型客车进出口平均单价分析
- 四、2006-2010年中国23≤座<30柴油型中型客车进出口国家及地区分析

第四节 2006-2010年中国20≤座≤22柴油客车进出口数据统计情况（87021102）

- 一、2006-2010年中国20≤座≤22柴油客车进口数据分析
- 二、2006-2010年中国20≤座≤22柴油客车出口数据分析
- 三、2006-2010年中国20≤座≤22柴油客车进出口平均单价分析
- 四、2006-2010年中国20≤座≤22柴油客车进出口国家及地区分析

第五节 2006-2010年中国10≤座≤19客车进出口数据统计情况（87029030）

一、2006-2010年中国10≤座≤19客车进口数据分析

二、2006-2010年中国10≤座≤19客车出口数据分析

三、2006-2010年中国10≤座≤19客车进出口平均单价分析

四、2006-2010年中国10≤座≤19客车进出口国家及地区分析

第三部分 中国客车细分市场分析

第七章 2010-2011年中国大中型客车市场需求应用调研

第一节 2010-2011年中国大中型客车市场综述

一、我国大中型客车市场调整步伐加快

二、2010年大中型客车市场发展形势良好

三、2010年大型客车主要品牌广告投放监测数据

四、“补涨”痕迹明显 大型客车收获意外之喜

五、我国大中型客车发展中面临的挑战

第二节 国内部分地区大中型客车销售状况

一、广东

二、浙江

三、辽宁

四、四川

五、上海

第三节 大中型客车的设计造型及相关技术因素分析

一、国外大中型客车外形造型发展趋势

二、中国大中型客车外形造型的发展

三、大中型客车外饰品对车身造型的影响

四、大中型客车的安全性能设计

第四节 中国大中型客车出口情况分析与发展方向

一、近年我国大中型客车出口特点

二、我国大中型客车出口面临的问题

三、我国在世界客车格局中的地位及发展方向

第五节 大中型客车发展趋势及前景预测

一、当前我国大中型客车行业发展形势展望

二、国内大中型客车市场的发展方向

三、大中型客车产业未来发展模式及特点

四、中国大型客车发展前景看好

第八章 2010-2011年中国公路客车市场深度聚焦

第一节 中国公路客车市场总体概况

- 一、公路客车产品优化分析
- 二、公路建设为给公路客车业发展提供机遇
- 三、中国公路客车行业发展壮大的基础
- 四、休假制度调整对公路客车市场的影响
- 五、我国公路客车行业面临的挑战
- 六、公路客车市场进一步扩张的对策措施

第二节 近几年中国公路客车市场分析

- 一、天然气客车进入国内公路客运市场分析
- 二、我国公路客车销量分析
- 三、促进中型公路客车发展的三大市场因素
- 四、中国公路客车市场营销策略分析

第三节 双层公路客车

- 一、我国双层客车市场发展现状
- 二、我国双层公路客车的政策环境
- 三、双层客车发展的主要制约因素
- 四、双层客车市场前景分析
- 五、国产双层公路客车的发展策略

第四节 中国公路客车发展趋势及前景预测

- 一、公路客车产品趋向优化升级
- 二、公路客车市场前景依然广阔
- 三、高速客车市场潜力巨大

第九章 2010-2011年中国城市客车市场透析

第一节 城市客车发展历程及特点

- 一、中国城市客车发展的三个阶段
- 二、城市客车发展特点解析

第二节 中国城市客车市场概况

- 一、中国城市客车需求不断上升
- 二、首部城市客车国家标准初步形成
- 三、促进我国城市客车市场发展的主要因素

四、新技术有力推动城市客车行业发展进步

五、我国城市公共交通发展存在的主要问题

六、我国城市客车发展面临的技术问题

第三节 城市公交客车

一、公交优先政策推动公交客车市场发展

二、我国公交客车行业进入快速发展期

三、2008年中国公交客车出口状况

四、2010年我国公交客车市场发展剖析

五、公交客车发展趋势及市场需求预测

六、安全性成公交客车需解决的首要问题

第四节 中国城市客车新产品透析

一、中国发展节能型城市客车

二、低地板城市客车起步

三、中国电动城市客车的开发

第五节 城市客车行业发展趋势及前景

一、我国城市客车行业未来发展趋势

二、中国城市客车的现代化趋势

三、我国城市客车市场发展前景广阔

四、城市公交客车市场将迎来跨越式发展

第十章 2010-2011年中国旅游客车市场探析

第一节 中国旅游客车市场发展现状

一、中国旅游客车市场发展势头良好

二、我国旅游客车市场发展特点

三、海南旅游客车市场火热

四、中国旅游客车市场主流产品分析

五、“北汽模式”引领旅游客车购车时尚

六、旅游客车市场有望借火取暖

第二节 促进中国旅游客车行业发展的策略

一、加强国内重点区域市场运作

二、加强市场及产品的研究及规划

三、提高旅游客车产品的技术水平

四、加强宣传打造品牌竞争力

第三节 中国旅游客车前景趋势预测

- 一、旅游客车产品未来发展趋势
- 二、景观车将成旅游成客车市场新热点
- 三、旅游客车市场前景广阔

第四部分 中国客车市场竞争态势分析

第十一章 2010-2011年中国客车市场竞争格局分析

第一节 中国客车市场竞争态势

- 一、中国客车市场的竞争主体
- 二、中国客车市场竞争现状
- 三、中国客车行业进

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/69407.html>