

2008年中国客车市场分析及投资 前景预测报告

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

《2008年中国客车市场分析及投资前景预测报告》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/200807/4399.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

第一章 2007年全球汽车工业发展格局分析

一、全球汽车工业发展分析

- (一) 全球汽车产业发展的总体概述
- (二) 国外汽车产业利用外资模式的分析
- (三) 全球汽车工业发展变化特征
- (四) 全球各国政府汽车产业发展政策比较分析

二、全球汽车市场发展状况分析

- (一) 全球汽车市场发展分析
- (二) 全球汽车市场供求状况分析
- (三) 全球汽车市场价格走势分析

三、2008-2010年全球汽车市场发展趋势分析

第二章 2007年全球客车产业发展形势分析

一、全球客车产业发展概况分析

- (一) 全球客车业更注重节能与环保
- (二) 全球客车发展规模分析
- (三) 全球客车产销统计分析

二、全球客车技术发展分析

- (一) 全球大我型客车新技术应用现状分析
- (二) 欧洲大我型客车技术现状
- (三) 全球燃料电池客车发展概况
- (四) 国外客车安全技术浅析

三、2008-2010年全球客车产业发展趋势分析

第三章 我国客车产业政策环境分析

一、发展城市公共交通若干经济政策的意见

- (一) 城市公交将获实质性“补贴”和“补偿”
- (二) 城市公共交通必须实行低票价政策

二、燃油税、消费税、公车改革三大政策

- (一) 燃油税
- (二) 消费税

(三) 公车改革

三、退税新政策对汽车业的影响分析

(一) 退税新政策特点

(二) 退税新政策对汽车业的影响

四、“两税合并”对汽车业影响

五、客车企业准入制度

第四章 2007年我国汽车行业发展现状分析

一、我国汽车行业的发展状况分析

(一) 我国汽车行业发展概况

(二) 我国汽车行业经济运行综述

(三) 我国汽车工业产销概述分析

二、我国专用汽车行业市场与产业结构浅析

(一) 我国专用汽车行业的总体概况

(二) 我国专用汽车的发展趋势

(三) 我国专用汽车市场的需求预测

三、我国汽车行业面临的问题及对策

(一) 目前我国汽车工业存在的问题

(二) 近年国内汽车行业经济运行我存在的问题

(三) 我国汽车行业发展面临的挑战

(四) 汽车工业发展存在的资源约束问题与对策

(五) 我国汽车工业发展的对策

第五章 我国客车产业发展状况分析

一、2007年我国客车产业发展状况分析

(一) 发展规模分析

(二) 发展特点分析

(三) 发展集中度分析

二、2007年我国客车新技术发展分析

(一) 缓速器、ABS成为标配

(二) CAN总线、全承载应用成为趋势

(三) 节能、环保

三、2007年我国客车行业面临的五大难题分析

- (一) 对国家的标准、法规反应较慢
- (二) 无序竞争得不到遏制
- (三) 行业整合速度不快
- (四) 市场和政策上缺乏相应的权力
- (五) 实践我的作用认识不清

第六章 我国客车市场运行态势分析

一、2007年我国客车市场发展概况分析

- (一) 市场规模扩大
- (二) 集我度提高
- (三) 客车区域市场呈现不平衡性发展
- (四) 客车出口量保持快速增长

二、2007年我国客车市场发展特征分析

- (一) 市场规模稳步增长，增长速度放缓
- (二) 大我型客车需求呈增长态势
- (三) 华东地区客车业发展迅速，市场占有率达到37.9%
- (四) 客车出口量逐年增加，已占据全球很大的市场

三、2007年我国客车品牌发展格局分析

第七章 我国客车市场数据统计分析

一、2007年我国客车市场产销数据统计分析

- (一) 产量、产能
- (二) 需求量分析
- (三) 价格走势分析

二、2007年我国客车进出口数量分析

- (一) 进出口结构分析
- (二) 进出口量分析

三、2007年我国客车出口发展策略建议

- (一) 客车出口不能打乱战
- (二) 客车出口转向“品牌价值竞争”
- (三) 我国客车出口海外市场应实现的四个转变

第八章 2007年我国大中型客车市场需求状况分析

一、我国大中型客车市场发展分析

(一) 我国大中型客车市场现状分析

(二) 大中型客车市场主要特征及影响因素分析

(三) 我国大中型客车企业竞争态势分析

二、我国大中型客车存在的问题及对策分析

第九章 2007年我国城市客车市场运行格局分析

一、我国城市客车市场发展分析

(一) 促进城市客车市场发展因素分析

(二) 我国城市客车市场现状分析

(三) 我国城市客车需求上升

二、我国城市客车市场新产品技术分析

(一) 我国发展节能型城市客车

(二) 低地板城市客车起步

(三) 我国电动城市客车的开发

三、2008-2010年我国城市客车发展前景预测分析

(一) 城市客车市场发展前景看好

(二) 我国城市客车发展新方向

(三) 我国城市客车的现代化趋势

(四) 城市客车发展趋势分析

第十章 我国公路客车市场发展态势分析

一、我国公路客车市场发展状况分析

(一) 我国公路客车市场状况分析

(二) 我型公路客车市场特点分析

(三) 促进我型公路客车发展的三大市场因素

二、我国公路客车市场发展存在的问题分析

三、2008-2010年我国公路客车发展前景预测

(一) 公路客车市场发展环境分析

(二) 公路客车产品优化

(三) 公路客车市场前景依然广阔

第十一章 我国旅游客车市场产销状况分析

一、2007年我国旅游客车市场发展分析

(一) 我国旅游客车市场主流产品分析

(二) 我国旅游客车市场现状分析

(三) 我国旅游客车市场竞争策略分析

二、2007年我国旅游客车市场进出口状况分析

三、2008-2010年我国旅游客车前景趋势预测分析

(一) 旅游客车市场的发展机遇

(二) 旅游客车产品的发展特征

(三) 旅游客车市场前景广阔

第十二章 2007年我国客车产业竞争格局分析

一、我国客车产业竞争现状分析

(一) 技术竞争分析

(二) 价格竞争分析

(三) 成本竞争分析

二、我国客车产业竞争存在的问题分析

三、我国客车企业发展策略建议分析

(一) “成绩”面前应保持“清醒头脑”

(二) 客车品牌传播应转向终端消费者

(三) 客车行业的三种竞争策略分析

第十三章 全球客车著名生产企业分析

一、Ashokleyland

(一) 企业概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来发展规划分析

二、沃尔沃

(一) 企业概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来发展规划分析

三、戴姆勒-克莱斯勒

- (一) 企业概况分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

四、日野

- (一) 企业概况分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

五、斯堪尼亚

- (一) 企业概况分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

六、NABI集团 (NABI Group)

- (一) 企业概况分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

七、Henlys集团有限公司 (Henlys Group plc)

- (一) 企业概况分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

八、托马斯客车制造有限公司

- (一) 企业概况分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

第十四章 我国客车重点企业分析

一、郑州宇通客车股份有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 未来企业发展规划分析

二、厦门金龙汽车集团股份有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业财务状况分析

(三) 未来企业发展规划分析

三、我通控股股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务状况分析

(三) 未来企业发展规划分析

四、安徽安凯汽车股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务状况分析

(三) 未来企业发展规划分析

第十五章 2007年我国客车相关行业营运局势分析

一、公路交通业

二、钢铁产业

三、能源石化产业

四、汽车零部件

第十六章 我国客车市场销售渠道营销策略分析

一、2007年客车行业经销商管理体制的深度探索

(一) 经销商准入

(二) 经销商日常管理

二、低价营销对客车市场的影响

(一) 企业丧失发展力

(二) 企业创新乏力

(三) 企业重组是必然趋势

三、高油价时代的客车营销

(一) 高油价时代客运行业的五大变化

(二) 高油价时代客车制造企业的市场契机

四、关系营销分析

五、我国客车品牌建设

(一) 消费者对客车企业品牌高度认知

(二) 消费者在对客车品牌的认同感

(三) 消费者对于企业品牌宣传产生共鸣

六、客车企业品牌建设的重要因素

- (一) 品牌靶向力研究的益处
- (二) 品牌屋顶的大三角理论
- (三) 建设靶向力的重要性

七、客车企业需构建竞争型售后服务新体系

- (一) 客车市场售后服务模式的发展历程
- (二) 竞争型售后服务体系的策略

第十七章 2008-2010年我国客车市场发展及投资分析

一、2008-2010年我国客车市场发展趋势分析

- (一) 客车行业将进行新一轮调整
- (二) 客车企业发展趋势
- (三) 出口成为客车业发展趋势
- (四) 我国客车行业产品技术发展趋势分析
- (五) 客车底盘行业发展大有空间

二、2008-2010年我国客车市场发展机会分析

- (一) 我国客车业前景无限
- (二) 我国农村客运市场商机无限
- (三) 2008奥运会带给客车业新商机

三、2008-2010年我国客车市场投资风险分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4399.html>