

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与环保

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 \leq 7米)产量统计分析

- 一、2006-2009年全国轻型客车(车长 \leq 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 \leq 7米)产量分析
- 三、2010年1-11月轻型客车(车长 \leq 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>