

2016-2022年中国微型客车 行业监测及投资决策研究报告

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

《2016-2022年中国微型客车行业监测及投资决策研究报告》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/201511/127056.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

2014年，客车行业并不是很景气，50家企业累计销售5米以上客车221986辆，同比下降1.10%。全年名列前5强的企业分别是郑州宇通、苏州金龙、上海申沃、中通客车和福田客车，5家企业新能源公交客车合计销量14141辆，行业集中度为75.88%，强者格局越发清晰。

对于客车行业2015年的发展，业内均持乐观态度。预计2015年、2016年客车销量将反转，其中新能源车和出口是两大重要提升力量。究其原因，各地方政府对新能源客车的补贴政策于2014年5月至11月期间相继落地，成为新一年新能源客车成倍增长的重要动力。现阶段新能源客车成本尚处于高位，除了国家补贴，地方政府补贴是决定新能源客车推广的重要因素。从出口情况来看，过去5年客车出口销量持续稳定增长，显著优于自主品牌汽车总体出口下降的趋势。而在2014年，客车共出口8.39万辆，同比增长28.05%，增幅高于上年同期18.55个百分点。

种种迹象表明，中国客车行业已经完全摆脱依靠价格竞争的怪圈，依靠中国的大市场率先确立了规模优势，同时依靠单人产值与工资之间的成本优势，在全球竞争中处于领先地位。相比奔驰、MAN、沃尔沃等一线客车厂商，以及马可波罗(巴西)等当地厂商，中国客车在海外市场的定价一般较之低20%至30%。从全球市场来看，中国客车行业出口的空间还非常广阔，有望在南美、中东、北非、东南亚市场进一步扩张。

2015年也是城乡客运一体化政策的收官之年，对农村客运和村镇公交发展的推动作用将更为明显。从2014年12月的数据来看，5米以上的轻型客车销量已呈全面上涨态势。2015年新能源客车总销量将从1.8万辆增长到3.5万辆；客车出口增幅将超过30%，5米以上出口量将达到3.7万辆左右。

本报告由中企顾问网的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、中企顾问网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个微型客车行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据微型客车行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国微型客车行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国微型客车行业将面临的机遇与挑战，对微型客车行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是微型客车企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 中国微型客车行业发展综述

第一节 微型客车行业报告研究范围

一、微型客车行业专业名词解释

二、微型客车行业研究范围界定

三、微型客车行业分析框架简介

四、微型客车行业分析工具介绍

第二节 微型客车行业定义及分类

一、微型客车行业概念及定义

二、微型客车行业主要产品分类

第三节 微型客车行业产业链分析

一、微型客车行业所处产业链简介

二、微型客车行业产业链上游分析

三、微型客车行业产业链下游分析

第二章 中国微型客车行业发展环境分析

第一节 微型客车行业政策环境分析

一、微型客车行业监管体系

二、微型客车行业产品规划

三、微型客车行业布局规划

四、微型客车行业企业规划

第二节 微型客车行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况

二、固定资产投资情况

第三节 微型客车行业技术环境分析

一、微型客车行业专利申请数分析

二、微型客车行业专利申请人分析

三、微型客车行业热门专利技术分析

第四节 微型客车行业消费环境分析

- 一、微型客车行业消费态度调查
- 二、微型客车行业消费驱动分析
- 三、微型客车行业消费需求特点
- 四、微型客车行业消费群体分析
- 五、微型客车行业消费行为分析
- 六、微型客车行业消费关注点分析
- 七、微型客车行业消费区域分布

第二部分 行业深度分析

第三章 中国微型客车行业市场发展现状分析

第一节 微型客车行业发展概况

- 一、微型客车行业市场规模分析
- 二、微型客车行业竞争格局分析
- 三、微型客车行业发展前景预测

第二节 微型客车行业供需状况分析

- 一、微型客车行业供给状况分析
- 二、微型客车行业需求状况分析
- 三、微型客车行业整体供需平衡分析
- 四、主要省市供需平衡分析

第三节 微型客车行业经济指标分析

- 一、微型客车行业产销能力分析
- 二、微型客车行业盈利能力分析
- 三、微型客车行业运营能力分析
- 四、微型客车行业偿债能力分析
- 五、微型客车行业发展能力分析

第四节 微型客车行业进出口市场分析

- 一、微型客车行业进出口综述
- 二、微型客车行业进口市场分析
- 三、微型客车行业出口市场分析
- 四、微型客车行业进出口前景预测

第四章 我国微型客车行业整体运行指标分析

第一节 2014-2015年中国微型客车行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国微型客车行业产销情况分析

一、我国微型客车行业工业总产值

二、我国微型客车行业工业销售产值

三、我国微型客车行业产销率

第三节 2014-2015年中国微型客车行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国微型客车行业销售利润率

2、我国微型客车行业成本费用利润率

3、我国微型客车行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国微型客车行业资产负债比率

2、我国微型客车行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国微型客车行业应收帐款周转率

2、我国微型客车行业总资产周转率

3、我国微型客车行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国微型客车行业总资产增长率

2、我国微型客车行业利润总额增长率

3、我国微型客车行业主营业务收入增长率

4、我国微型客车行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第五章 微型客车行业产业结构分析

第一节 微型客车产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链条的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国微型客车行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 我国微型客车行业营销趋势及策略分析

第一节 微型客车行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、微型客车营销环境分析与评价

1、国际环境下的微型客车

2、企事业需求下的微型客车

3、我国微型客车市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 微型客车行业营销策略分析

一、中国微型客车营销概况

二、微型客车营销策略探讨

1、中国微型客车产品营销策略浅析

2、微型客车新产品的市场推广策略

3、微型客车细分产品营销策略分析

第三节 微型客车营销的发展趋势

一、未来微型客车市场营销的出路

二、中国微型客车营销的趋势预测

第四节 微型客车市场营销模式与面临的挑战

第四部分 竞争格局分析

第七章 中国微型客车行业重点区域市场分析

第一节 中国微型客车行业区域市场概况

一、微型客车行业产值分布情况

二、微型客车行业市场分布情况

三、微型客车行业利润分布情况

第二节 华东地区微型客车行业需求分析

一、上海市微型客车行业需求分析

二、江苏省微型客车行业需求分析

三、山东省微型客车行业需求分析

四、浙江省微型客车行业需求分析

五、安徽省微型客车行业需求分析

六、福建省微型客车行业需求分析

第三节 华南地区微型客车行业需求分析

一、广东省微型客车行业需求分析

二、广西省微型客车行业需求分析

三、海南省微型客车行业需求分析

第四节 华中地区微型客车行业需求分析

一、湖南省微型客车行业需求分析

二、湖北省微型客车行业需求分析

三、河南省微型客车行业需求分析

第五节 华北地区微型客车行业需求分析

一、北京市微型客车行业需求分析

二、山西省微型客车行业需求分析

三、天津市微型客车行业需求分析

四、河北省微型客车行业需求分析

第六节 东北地区微型客车行业需求分析

一、辽宁省微型客车行业需求分析

二、吉林省微型客车行业需求分析

三、黑龙江微型客车行业需求分析

第七节 西南地区微型客车行业需求分析

一、重庆市微型客车行业需求分析

二、四川省微型客车行业需求分析

三、云南省微型客车行业需求分析

第八节 西北地区微型客车行业需求分析

一、陕西省微型客车行业需求分析

二、新疆省微型客车行业需求分析

三、甘肃省微型客车行业需求分析

第八章 中国微型客车行业市场竞争格局分析

第一节 微型客车行业竞争格局分析

一、微型客车行业区域分布格局

二、微型客车行业企业规模格局

三、微型客车行业企业性质格局

第二节 微型客车行业竞争五力分析

一、微型客车行业上游议价能力

二、微型客车行业下游议价能力

三、微型客车行业新进入者威胁

四、微型客车行业替代产品威胁

五、微型客车行业行业内部竞争

第三节 微型客车行业重点企业竞争策略分析

第四节 微型客车行业投资兼并重组整合分析

一、投资兼并重组现状

二、投资兼并重组案例

第九章 2014-2015年微型客车行业领先企业经营形势分析

第一节 安徽安凯汽车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第二节 中通客车控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第三节 厦门金龙汽车集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第四节 郑州宇通客车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五节 中国第一汽车集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第六节 哈飞汽车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第七节 重庆长安汽车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第八节 上汽通用五菱汽车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十章 中国微型客车行业发展前景预测和投融资分析

第一节 中国微型客车行业发展趋势

一、微型客车行业市场规模预测

二、微型客车行业产品结构预测

三、微型客车行业企业数量预测

第二节 微型客车行业投资特性分析

一、微型客车行业进入壁垒分析

二、微型客车行业投资风险分析

第三节 微型客车行业投资潜力与建议

一、微型客车行业投资机会剖析

二、微型客车行业营销策略分析

三、行业投资建议

第十一章 2016-2022年微型客车行业投资机会与风险防范

第一节 微型客车行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、微型客车行业投资现状分析

1、微型客车产业投资经历的阶段

2、2014-2015年微型客车行业投资状况回顾

3、2014-2015年中国微型客车行业风险投资状况

4、2016-2022年我国微型客车行业的投资态势

第二节 2016-2022年微型客车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、微型客车行业投资机遇

第三节 2016-2022年微型客车行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国微型客车行业投资建议

一、微型客车行业未来发展方向

二、微型客车行业主要投资建议

三、中国微型客车企业融资分析

1、中国微型客车企业IPO融资分析

2、中国微型客车企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2016-2022年微型客车行业面临的困境及对策

第一节 2015年微型客车行业面临的困境

第二节 微型客车企业面临的困境及对策

一、重点微型客车企业面临的困境及对策

1、重点微型客车企业面临的困境

2、重点微型客车企业对策探讨

二、中小微型客车企业发展困境及策略分析

1、中小微型客车企业面临的困境

2、中小微型客车企业对策探讨

三、国内微型客车企业的出路分析

第三节 中国微型客车行业存在的问题及对策

一、中国微型客车行业存在的问题

二、微型客车行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国微型客车市场发展面临的挑战与对策

第十三章 微型客车行业发展战略研究

第一节 微型客车行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国微型客车品牌的战略思考

一、微型客车品牌的重要性

二、微型客车实施品牌战略的意义

三、微型客车企业品牌的现状分析

四、我国微型客车企业的品牌战略

五、微型客车品牌战略管理的策略

第三节 微型客车经营策略分析

一、微型客车市场细分策略

二、微型客车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、微型客车新产品差异化战略

第四节 微型客车行业投资战略研究

一、2015年微型客车行业投资战略

二、2016-2022年微型客车行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 微型客车行业研究结论及建议

第二节 微型客车子行业研究结论及建议

第三节 中国产业研究报告网微型客车行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：微型客车行业生命周期

图表：微型客车行业产业链结构

图表：2014-2015年全球微型客车行业市场规模

图表：2014-2015年中国微型客车行业市场规模

图表：2014-2015年微型客车行业重要数据指标比较

图表：2014-2015年中国微型客车市场占全球份额比较

图表：2014-2015年微型客车行业工业总产值

图表：2014-2015年微型客车行业销售收入

图表：2014-2015年微型客车行业利润总额

图表：2014-2015年微型客车行业资产总计

图表：2014-2015年微型客车行业负债总计

图表：2014-2015年微型客车行业竞争力分析

图表：2014-2015年微型客车市场价格走势
图表：2014-2015年微型客车行业主营业务收入
图表：2014-2015年微型客车行业主营业务成本
图表：2014-2015年微型客车行业销售费用分析
图表：2014-2015年微型客车行业管理费用分析
图表：2014-2015年微型客车行业财务费用分析
图表：2014-2015年微型客车行业销售毛利率分析
图表：2014-2015年微型客车行业销售利润率分析
图表：2014-2015年微型客车行业成本费用利润率分析
图表：2014-2015年微型客车行业总资产利润率分析
图表：2014-2015年微型客车行业产能分析
图表：2014-2015年微型客车行业产量分析
图表：2014-2015年微型客车行业需求分析
图表：2014-2015年微型客车行业进口数据
图表：2014-2015年微型客车行业出口数据
图表：2014-2015年微型客车行业集中度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201511/127056.html>