

2023-2029年中国大中型客车制造行业分析与投资战略报告

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

《2023-2029年中国大中型客车制造行业分析与投资战略报告》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/202307/384195.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国大中型客车制造行业分析与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

2010年，大中型客车累计销量达到143372辆，同比增长25.35%;大型客车增长38.45%，中型客车增长14.74%。其中，前15家企业共计销售大中型客车116008辆，占大中型客车销售总量的80.91%，比上年同期增加2.84个百分点;大型客车前15位的企业销量合计63332辆，占大型客车总销量的比例为89.35%，中型客车前15位的销量为61458辆，占中型客车总销量的比例为84.78%。

从市场结构来看，公路客车增幅高达33.53%，是公交客车增幅的2.28倍。随着公路客运行业结构调整的不断深入和农村客运的系统化发展，公路客车仍然具有一定的发展空间。由于公交客车市场需求不断放大，传统公路客车企业不断向公交领域渗透已形成一种潮流。宇通、中通都是公路客车领域传统的强势企业，2010年以来，在保证公路客车大幅增长的同时，公交客车在其产品结构中分别上升了2.7和10.15个百分点，在公交客车市场需求不旺的2010年，这种逆势而上十分不易，说明公路客车企业向公交领域渗透是比较成功的。相反，传统的公交客车企业也在向公路领域渗透，但从数据来看，这种渗透表现得并不理想，对于成熟的客车企业而言，公路客车和公交客车的发展应该是相辅相成的，不可偏废。

中国客车市场是一个政策性市场，对国家政策的影响力非常敏感。2010年7月，交通运输部出台《城市公共交通“十二五”发展规划纲要》，《纲要》提出，到2015年，全国公交车保有总量达60万辆，较2010年新增约20万辆，以有效缓解城市公交运力不足的问题。目前，我国公交车的市场保有量约40万辆。国家规定公交车的报废年限为10年，但实际平均报废年限约8年，根据有关统计数据，“十二五”期间现有公交车将有70%需要更新，总量约为28万辆。新增公交车需求20万辆，再加上更新需求的28万辆，“十二五”期间公交车的总需求约为48万辆，平均年需求量将达到9.6万辆，而目前公交车的年销量还不到6万辆，公交车的市场份额将进一步扩大。

在新能源客车方面，近年来，我国加快了新能源汽车的推广力度，新能源客车成为最大的受益板块。“十二五”期间，“十城千辆”活动和新能源汽车补贴政策仍在延续。《电动汽车科技发展“十二五”专项规划》显示，鉴于电池技术及产能成为制约电动汽车普及的关键，“十二五”期间，中国将大力发展电力电池模块化

，2015年动力电池产能达100亿瓦时，汽车电池成本将降低一半。目前，电动客车的推广之所以遇到一些障碍，较大程度上跟不太成熟且价格昂贵的电池产品有关系。电池成本降低一半，电动客车整车的价格肯定会降低一个幅度，从而更容易被市场接受。此外，天然气客车也将仍然是个热点。我国将在“十二五”期间调整能源消耗结构，提高天然气在能源消费中的比重。根据国家能源局的规划，到2015年，这一比重将达到8.3%，中石油和中海油在“十二五”期间将修建3000座加气站，解决气源和加气站不足的问题。近年来，国内已经有很多城市广泛采用天然气公交车，如果有了更加充足的气源和更加便利的加气设施，天然气客车的市场需求无疑将会得到更大的刺激。

随着《城市公共交通“十二五”发展规划纲要》、《电动汽车科技发展“十二五”专项规划》、《节能与新能源汽车产业发展规划(2011-2020)》等政策的出台及实施、居民收入不断提高、城镇化进程不断加快、各地政府对乘用车市场的控制等等，中国大中型客车市场将迎来更大的发展空间。预计到2015年，中国大中型客车销量将超过21万辆。随着大中型客车制造行业竞争的不断加剧，大型大中型客车制造企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的大中型客车制造企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对产业发展环境和产品购买者的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的大中型客车品牌迅速崛起，逐渐成为大中型客车制造行业中的翘楚!

本报告利用资讯长期对大中型客车制造行业市场跟踪搜集的市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告从当前大中型客车制造行业的宏观景气状况出发，以大中型客车制造行业的产销状况和行业需求走向为依托，详尽地分析了中国大中型客车制造行业当前的市场容量、市场规模、发展速度和竞争态势。

报告目录：

第1章：中国大中型客车制造行业发展综述

1.1 大中型客车制造行业相关概述

1.1.1 大中型客车的界定

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 大中型客车制造行业统计标准

1.2.1 行业统计部门和统计口径

1.2.2 大中型客车制造行业统计方法

1.2.3 大中型客车制造行业数据种类

1.3 行业的创新及对未来的影响

1.3.1 产品创新的宇通模式分析

1.3.2 营销创新的海格模式分析

1.3.3 融资创新的安凯模式分析

1.4 大中型客车制造行业供应链分析

1.4.1 大中型客车制造行业产业链简介

1.4.2 大中型客车制造行业上游产业链

(1) 钢铁市场运营情况分析

(2) 钢材市场运营情况分析

(3) 轮胎市场运营情况分析

(4) 汽车零部件的市场分析

1.4.3 大中型客车制造行业下游产业链

(1) 公路客运市场发展分析

(2) 城市公交行业发展分析

(3) 旅游市场发展状况分析

第2章：大中型客车制造行业发展环境分析

2.1 大中型客车制造行业政策环境分析

2.1.1 大中型客车制造行业政策解读

2.1.2 大中型客车制造行业相关标准

2.1.3 大中型客车制造行业发展规划

2.2 大中型客车制造行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 美国宏观经济环境分析

(2) 欧洲宏观经济环境分析

(3) 日本宏观经济环境分析

(4) 新兴国家经济环境分析

2.2.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内GDP增长分析

(2) 工业经济增长分析

(3) 农业经济增长分析

(4) 固定资产投资情况

(5) 社会消费品零售总额

(6) 进出口总额及其增长

- (7) 货币供应量及其贷款
- (8) 制造业采购经理指数
- (9) 非制造业商务活动指数

2.2.3 行业宏观经济环境分析

2.3 大中型客车制造行业社会环境分析

2.3.1 行业发展与社会经济的协调

2.3.2 燃油附加税实施对行业影响

2.3.3 环境保护问题对行业的影响

2.4 大中型客车制造行业技术环境分析

2.4.1 世界大中型客车新技术应用现状分析

2.4.2 国际大中型客车制造新技术发展趋势

2.4.3 国内大中型客车制造新技术发展趋势

第3章：中国大中型客车制造行业经营情况

3.1 大中型客车制造行业经营情况分析

3.1.1 大中型客车销售市场的总体概况

- (1) 全国大中型客车销量情况分析
- (2) 全国大中型客车的市场集中度
- (3) 全国大中型客车市场结构分析
- (4) 全国大中型客车区域市场分析
- (5) 全国大中型客车出口市场分析
- (6) 全国大中型客车市场竞争格局

3.1.2 大中型客车制造行业经营情况分析

- (1) 大中型客车制造行业经营效益分析
- (2) 大中型客车制造行业盈利能力分析
- (3) 大中型客车制造行业运营能力分析
- (4) 大中型客车制造行业偿债能力分析
- (5) 大中型客车制造行业发展能力分析

3.2 大中型客车制造行业供需平衡分析

3.2.1 全国大中型客车制造行业供给情况分析

- (1) 全国大中型客车制造行业总产值分析
- (2) 全国大中型客车制造行业产成品分析

3.2.2 全国大中型客车制造行业需求情况分析

(1) 全国大中型客车制造行业销售产值分析

(2) 全国大中型客车制造行业销售收入分析

3.2.3 全国大中型客车制造行业产销率分析

第4章：大中型客车制造行业产品市场分析

4.1 行业主要产品结构特征

4.1.1 行业产品市场结构特征分析

4.1.2 行业产品市场发展概况分析

4.1.3 行业产品技术与国外的差距

4.1.4 与国外产品差距的主要原因

4.2 行业主要产品市场分析

4.2.1 公路客车市场发展分析

(1) 公路客运市场运营状况

(2) 公路客车产量及其增速

(3) 公路客车销量及其增速

(4) 公路客车市场影响因素

(5) 公路客车市场前景展望

4.2.2 旅游客车市场发展分析

(1) 旅游市场运营状况分析

(2) 旅游客车产量及其增速

(3) 旅游客车市场影响因素

(4) 旅游客车市场前景展望

4.2.3 公交客车市场发展分析

(1) 城市道路建设情况分析

(2) 公交客车产量及其增速

(3) 公交客车市场特征分析

(4) 公交客车市场影响因素

(5) 公交客车市场前景展望

4.2.4 专用客车市场发展分析

(1) 专用客车发展现状分析

(2) 专用客车市场特征分析

(3) 专用客车市场前景展望

4.3 新能源客车市场分析

4.3.1 新能源客车相关政策解读

4.3.2 新能源客车技术发展状况

(1) 串联式新能源客车技术分析

(2) 并联式新能源客车技术分析

(3) 混联式新能源客车技术分析

4.3.3 新能源客车销售情况分析

(1) 新能源客车总体销售情况分析

(2) 新能源客车区域市场销售情况

(3) 新能源客车销量结构情况分析

4.3.4 新能源客车细分市场发展分析

(1) 混合动力客车市场发展分析

(2) 纯电动客车市场发展分析

(3) 燃料电池客车市场发展分析

(4) CNG客车市场发展分析

(5) LNG客车市场发展分析

(6) LPG客车市场发展分析

(7) 醇燃料客车市场发展分析

4.3.5 新能源客车企业十四五规划

(1) 宇通新能源客车十四五规划

(2) 金龙新能源客车十四五规划

(3) 安凯新能源客车十四五规划

(4) 福田新能源客车十四五规划

(5) 海格新能源客车十四五规划

(6) 其它新能源客车十四五规划

4.3.6 部分省市新能源客车十四五规划

(1) 北京市新能源客车十四五规划

(2) 上海市新能源客车十四五规划

(3) 广州市新能源客车十四五规划

(4) 深圳市新能源客车十四五规划

(5) 河南省新能源客车十四五规划

- (6) 福建省新能源客车十四五规划
- (7) 湖南省新能源客车十四五规划
- (8) 其它省市新能源客车十四五规划

4.3.7 新能源客车企业发展战略分析

第5章：大中型客车重点区域市场需求分析

5.1 大中型客车制造行业总体区域结构

5.1.1 大中型客车制造行业区域结构总体特征

5.1.2 大中型客车制造行业区域的集中度分析

5.1.3 大中型客车制造行业区域分布特点分析

5.1.4 大中型客车制造行业规模区域分布分析

5.1.5 大中型客车制造行业效益区域分布分析

5.1.6 大中型客车制造行业企业数量区域分布

5.2 河南省大中型客车发展分析及预测

5.2.1 河南省大中型客车制造行业的地位变化

5.2.2 河南省大中型客车制造行业经济运行状况

5.2.3 河南省大中型客车制造行业的企业分析

5.2.4 河南省大中型客车制造行业发展趋势预测

5.3 江苏省大中型客车发展分析及预测

5.3.1 江苏省大中型客车制造行业的地位变化

5.3.2 江苏省大中型客车制造行业经济运行状况

5.3.3 江苏省大中型客车制造行业的企业分析

5.3.4 江苏省大中型客车制造行业发展趋势预测

5.4 福建省大中型客车发展分析及预测

5.4.1 福建省大中型客车制造行业的地位变化

5.4.2 福建省大中型客车制造行业经济运行状况

5.4.3 福建省大中型客车制造行业的企业分析

5.4.4 福建省大中型客车制造行业发展趋势预测

5.5 山东省大中型客车发展分析及预测

5.5.1 山东省大中型客车制造行业的地位变化

5.5.2 山东省大中型客车制造行业经济运行状况

5.5.3 山东省大中型客车制造行业的企业分析

5.5.4 山东省大中型客车制造行业发展趋势预测

5.6 广东省大中型客车发展分析及预测

5.6.1 广东省大中型客车制造行业的地位变化

5.6.2 广东省大中型客车制造行业经济运行状况

5.6.3 广东省大中型客车制造行业的企业分析

5.6.4 广东省大中型客车制造行业发展趋势预测

5.7 浙江省大中型客车发展分析及预测

5.7.1 浙江省大中型客车制造行业的地位变化

5.7.2 浙江省大中型客车制造行业经济运行状况

5.7.3 浙江省大中型客车制造行业的企业分析

5.7.4 浙江省大中型客车制造行业发展趋势预测

5.8 安徽省大中型客车发展分析及预测

5.8.1 安徽省大中型客车制造行业的地位变化

5.8.2 安徽省大中型客车制造行业经济运行状况

5.8.3 安徽省大中型客车制造行业的企业分析

5.8.4 安徽省大中型客车制造行业发展趋势预测

第6章：大中型客车制造行业竞争状况分析

6.1 行业总体市场竞争状况分析

6.1.1 大中型客车制造市场竞争状况分析

6.1.2 中国客车行业知识产权的发展现状

6.1.3 中国客车行业知识产权的发展战略

6.2 行业国际市场竞争状况分析

6.2.1 国际大中型客车制造市场发展状况

6.2.2 国际大中型客车制造市场竞争状况

6.2.3 国际大中型客车制造市场发展趋势

6.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局

(1) 韩国现代商用车公司在华布局

(2) 韩国大宇客车公司在华布局

(3) 德国曼商用车辆在华布局

(4) 瑞典沃尔沃汽车公司在华布局

(5) 西班牙伊利萨尔客车在华布局

(6) 瑞典斯堪尼亚集团在华布局

(7) 意大利依维柯公司在华布局

6.2.5 跨国公司在华的竞争策略分析

6.3 行业国内市场竞争状况分析

6.3.1 国内大中型客车制造市场竞争格局

6.3.2 国内大中型客车制造行业的集中度

(1) 大中型客车制造行业销售集中度

(2) 大中型客车制造行业资产集中度

(3) 大中型客车制造行业利润集中度

6.3.3 国内大中型客车制造行业市场规模

6.3.4 国内大中型客车制造行业潜在威胁

6.4 行业投资兼并与重组分析

6.4.1 大中型客车制造行业投资兼并与重组概况

6.4.2 国外大中型客车制造企业投资兼并与重组

6.4.3 国内大中型客车制造企业投资兼并与重组

6.4.4 大中型客车制造行业投资兼并与重组动向

第7章：大中型客车制造行业主要企业经营分析

7.1 郑州宇通客车股份有限公司经营情况分析

7.1.1 企业发展简况分析

7.1.2 主要经济指标分析

7.1.3 企业盈利能力分析

7.1.4 企业运营能力分析

7.1.5 企业偿债能力分析

7.1.6 企业发展能力分析

7.1.7 企业产品结构分析

7.1.8 企业销售渠道与网络

7.1.9 企业经营优劣势分析

7.1.10 企业投资兼并与重组分析

7.1.11 企业最新发展动向分析

7.2 厦门金龙汽车集团股份有限公司经营情况分析

7.2.1 企业发展简况分析

7.2.2 主要经济指标分析

7.2.3 企业盈利能力分析

7.2.4 企业运营能力分析

7.2.5 企业偿债能力分析

7.2.6 企业发展能力分析

7.2.7 企业产品结构分析

7.2.8 企业销售渠道与网络

7.2.9 企业经营优劣势分析

7.2.10 企业投资兼并与重组分析

7.2.11 企业最新发展动向分析

7.2.12 公司下属经营情况分析分析

(1) 厦门金龙联合汽车工业有限公司

(2) 金龙联合汽车工业(苏州)有限公司

(3) 厦门金龙旅行车有限公司

7.3 安徽安凯汽车股份有限公司经营情况分析

7.3.1 企业发展简况分析

7.3.2 主要经济指标分析

7.3.3 企业盈利能力分析

7.3.4 企业运营能力分析

7.3.5 企业偿债能力分析

7.3.6 企业发展能力分析

7.3.7 企业产品结构分析

7.3.8 企业销售渠道与网络

7.3.9 企业经营优劣势分析

7.3.10 企业投资兼并与重组分析

7.3.11 企业最新发展动向分析

7.4 河南少林汽车股份有限公司经营情况分析

7.4.1 企业发展简况分析

7.4.2 企业经营情况分析

7.4.3 企业产品结构分析

7.4.4 企业销售渠道与网络

7.4.5 企业经营优劣势分析

7.5 重庆恒通客车有限公司经营情况分析

7.5.1 企业发展简况分析

7.5.2 企业经营情况分析

7.5.3 企业产品结构分析

7.5.4 企业销售渠道与网络

7.5.5 企业经营优劣势分析

7.6 上海申沃客车有限公司经营情况分析

7.6.1 企业发展简况分析

7.6.2 企业经营情况分析

7.6.3 企业产品结构分析

7.6.4 企业销售渠道与网络

7.6.5 企业经营优劣势分析

7.7 安徽江淮客车有限公司经营情况分析

7.7.1 企业发展简况分析

7.7.2 企业经营情况分析

7.7.3 企业产品结构分析

7.7.4 企业销售渠道与网络

7.7.5 企业经营优劣势分析

7.8 辽宁曙光汽车集团股份有限公司经营情况分析

7.8.1 企业发展简况分析

7.8.2 主要经济指标分析

7.8.3 企业盈利能力分析

7.8.4 企业运营能力分析

7.8.5 企业偿债能力分析

7.8.6 企业发展能力分析

7.8.7 企业产品结构分析

7.8.8 企业销售渠道与网络

7.8.9 企业经营优劣势分析

7.8.10 企业投资兼并与重组分析

7.8.11 企业最新发展动向分析

7.9 上海申龙客车有限公司经营情况分析

7.9.1 企业发展简况分析

- 7.9.2 企业经营情况分析
- 7.9.3 企业产品结构分析
- 7.9.4 企业销售渠道与网络
- 7.9.5 企业经营优劣势分析
- 7.10 桂林大宇客车有限公司经营情况分析
 - 7.10.1 企业发展简况分析
 - 7.10.2 企业经营情况分析
 - 7.10.3 企业产品结构分析
 - 7.10.4 企业销售渠道与网络
 - 7.10.5 企业经营优劣势分析

第8章：大中型客车制造行业发展趋势与前景预测

- 8.1 大中型客车制造行业投资特性分析
 - 8.1.1 大中型客车制造行业进入壁垒分析
 - 8.1.2 大中型客车制造行业盈利模式分析
 - 8.1.3 大中型客车制造行业盈利因素分析
- 8.2 中国大中型客车制造行业投资分析
 - 8.2.1 大中型客车制造行业投资风险分析
 - 8.2.2 大中型客车制造行业投资建议
 - 8.2.3 大中型客车制造行业最新投资动向
- 8.3 中国大中型客车制造市场前景预测
 - 8.3.1 大中型客车制造市场影响因素分析
 - (1) 城市化进程不断推进公交客车市场
 - (2) 海外市场快速增长刺激行业的需求
 - (3) 铁路客运专线的建设冲击行业需求
 - (4) 公务车改革对大中型客车影响分析
 - 8.3.2 大中型客车市场发展趋势分析
 - (1) 大中型客车制造市场发展趋势分析
 - (2) 大中型客车内饰市场发展趋势分析
 - (3) 大中型客车需求市场发展趋势分析
 - 8.3.3 大中型客车制造市场发展前景预测

图表目录

图表1：钢价上涨对大中型客车行业盈利的影响（单位：吨/辆，万元，%）

图表2：中国粗钢、钢筋、线材月产量图（单位：万吨，%）

图表3：中国螺纹钢、线材期末库存量（单位：万吨）

图表4：青岛港进口矿价格走势（单位：元/吨）

图表5：中国线材和螺纹钢价格走势（单位：元/吨）

图表6：中国热轧、中厚板和冷轧价格走势（单位：元/吨）

图表7：大中型客车主要下游行业市场结构（单位：%）

图表8：全国旅客客运量及同比增速（单位：亿人，%）

图表9：全国旅客周转量及同比增速（单位：亿人公里，%）

图表10：不同运输形式全国客运量结构变化（单位：%）

图表11：不同运输形式全国客运周转量结构变化（单位：%）

图表12：中国公路旅客运输统计情况分析（单位：亿人，亿人公里）

图表13：中国旅游市场情况分析（单位：亿人次，亿元，%）

图表14：十米以上城市公交客车示范推广补助标准（单位：万元/辆）

图表15：2016-2021年美国零售和食品服务销售月度环比（单位：%）

图表16：2016-2021年美国CPI同比变化情况（单位：%）

图表17：美国PPI构成（单位：%）

图表18：2016-2021年美国PPI同比变化情况（单位：%）

图表19：2016-2021年美国初次申请失业金人数与持续领取失业金人数（单位：千人）

图表20：2016-2021年欧元区Sentix投资信心指数走势

图表21：2016-2021年欧元区GDP及Euro Coin指数走势（单位：%）

图表22：2016-2021年德国制造业产能利用率（单位：%）

图表23：2016-2021年欧元兑美元走势

图表24：2016-2021年日本贸易收支同比增长情况（单位：%）

图表25：2016-2021年日本公司价格指数走势（单位：%）

图表26：2016-2021年巴西产能利用率（单位：%）

图表27：2016-2021年巴西汽车产销量增长情况（单位：%）

图表28：2016-2021年俄罗斯外汇储备（单位：10亿美元）

图表29：2016-2021年俄罗斯进出口同比增长情况（单位：10亿美元）

图表30：2016-2021年印度工业生产及同比增长情况（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/384195.html>