

2023-2029年中国客车行业 发展趋势与未来前景预测报告

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

《2023-2029年中国客车行业发展趋势与未来前景预测报告》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/202307/384208.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年中国客车行业发展趋势与未来前景预测报告》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。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

随着客车行业竞争的不断加剧，国内优秀的客车企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的客车品牌迅速崛起，逐渐成为客车行业中的翘楚!

本报告利用资讯长期对客车行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了中国客车行业的发展环境;世界客车行业的发展情况;中国客车行业的发展情况;新能源客车发展状况;客车行业的市场竞争状况;中国客车行业营销策略;客车行业重点区域;客车行业细分市场;客车行业竞争对手经营情况;以及客车行业风险分析及市场预测。同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个客车行业的市场走向和发展趋势，从而在竞争中赢得先机!

报告目录：

第1章：中国客车行业发展综述

1.1 客车行业的相关概述

1.1.1 客车行业的定义

1.1.2 客车行业的分类

1.2 客车行业产业链分析

1.2.1 客车行业产业链简介

1.2.2 客车行业产业链上游分析

(1) 汽车零部件行业发展概况分析

(2) 汽车零部件行业发展特点分析

(3) 汽车零部件行业运行情况分析

(4) 汽车零部件行业主要产品分析

1.2.3 客车行业产业链下游分析

(1) 公路客运市场发展分析

(2) 城市公交市场发展分析

(3) 国内旅游市场发展分析

第2章：中国客车行业发展环境分析

2.1 中国客车行业政策环境分析

2.1.1 行业监管体系及机构介绍

2.1.2 行业标准汇总

(1) 行业现行标准汇总

(2) 行业即将实施标准汇总

2.1.3 行业发展相关政策规划汇总及解读

(1) 行业发展相关政策及规划汇总

(2) 行业发展重点政策及规划解读

2.2 中国客车行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 美国宏观经济分析

(2) 欧盟宏观经济分析

(3) 日本宏观经济分析

(4) 国际宏观经济预测

2.2.2 国内宏观经济分析

(1) 国内生产总值分析

(2) 固定资产投资情况

(3) 国内宏观经济预测

2.3 中国客车行业社会环境分析

2.3.1 中国城镇化水平不断提高

2.3.2 中国居民可支配收入与支出水平分析

(1) 居民收入情况

(2) 居民消费情况

2.3.3 社会环境对行业影响

2.4 中国客车行业技术环境分析

2.4.1 客车专利分析

(1) 专利申请数量变化情况

(2) 专利公开数量变化情况

(3) 行业热门技术分析

(4) 行业技术申请人分布

2.4.2 大中型客车新技术应用情况分析

2.4.3 节能和新能源技术是客车行业的高地

2.4.4 客车技术的发展方向及发展趋势

(1) 多维度分析客车行业未来技术发展方向

(2) 世界客车技术发展趋势

第3章：世界客车行业发展分析

3.1 世界客车行业发展概况

3.1.1 世界客车的发展历程分析

3.1.2 世界客车工业的发展概况

3.2 国外主要国家客车行业发展分析

3.2.1 美国客车行业发展状况分析

(1) 美国汽车销量分析

(2) 美国汽车市场主要营销模式

(3) 美国的品牌专卖店情况

3.2.2 日本客车行业发展状况分析

(1) 日本汽车销量分析

(2) 日本客车市场结构分析

(3) 日本汽车市场营销模式现状

(4) 日本汽车营销模式特点

3.2.3 德国客车行业发展状况分析

(1) 德国汽车营销模式

(2) 德国客车注册量分析

3.2.4 英国客车行业发展状况分析

(1) 英国汽车销量分析

(2) 英国汽车行业营销模式

3.3 世界客车品牌发展状况分析

3.3.1 Mercedes-Benz客车发展状况分析

3.3.2 Volvo客车发展状况分析

3.3.3 MAN客车发展状况分析

3.3.4 MCI客车发展状况分析

3.3.5 Irizar客车发展状况分析

3.3.6 Scania客车发展状况分析

3.3.7 Irisbus客车发展状况分析

第4章：中国客车行业发展分析

4.1 中国汽车工业发展状况分析

4.1.1 汽车供需情况分析

（1）汽车产量

（2）汽车销量

4.1.2 汽车保有量分析

4.1.3 中国进口汽车市场分析

（1）汽车进口数量分析

（2）汽车进口金额分析

4.1.4 中国出口汽车市场分析

（1）汽车出口数量分析

（2）汽车出口金额分析

4.2 中国公路客运市场分析

4.2.1 公路客运市场旅客运输量分析

（1）公路客运量及增长情况分析

（2）公路旅客周转量及增长分析

（3）全国等级公路里程构成分析

4.2.2 公路客运市场运输装备分析

4.2.3 农村公路客运市场发展分析

（1）农村公路网络建设进展分析

（2）农村公路客运市场发展现状

（3）农村公路客运市场需求特征

（4）农村公路客运市场制约因素

（5）农村公路客运市场发展途径

4.2.4 高速公路客运市场发展分析

- (1) 高速公路发展历程分析
- (2) 高速公路建设进展分析
- (3) 高速公路收费情况分析
- (4) 高速公路客运市场特征
- (5) 高速公路客运市场发展机遇
- (6) 高速公路客运市场存在问题
- (7) 高速公路客运市场发展对策
- (8) 高速公路客运市场发展趋势

4.2.5 公路客运存在的问题及对策

- (1) 公路客运存在的主要问题
- (2) 公路客运的发展建议

4.2.6 公路客运行业发展前景展望

4.3 中国客车行业发展状况分析

4.3.1 中国客车行业的发展概况分析

- (1) 中国客车行业的发展历程分析
- (2) 中国客车行业的发展阶段分析

4.3.2 中国客车市场的发展态势分析

- (1) 中国客车市场产销量分析
- (2) 中国客车销售结构分析
- (3) 中国大型客车市场分析
- (4) 中国中型客车市场分析
- (5) 中国轻型客车市场分析

4.4 中国客车行业面临的机遇和挑战分析

4.4.1 中国客车行业面临的挑战分析

4.4.2 中国客车未来的发展机遇分析

4.4.3 中国客车未来的发展方向分析

4.4.4 中国客车企业未来的应对策略建议

第5章：新能源客车发展状况分析

5.1 新能源客车的发展概况

5.1.1 新能源客车的主要类型分析

5.1.2 中国新能源客车的主要产品

(1) 混合动力客车

(2) 纯电动客车

(3) 燃料电池客车产品

5.1.3 新能源客车技术路线发展分析

(1) 国外新能源客车典型技术路线

(2) 国内新能源客车典型技术路线

5.2 新能源客车的市场分析

5.2.1 新能源客车的发展现状分析

(1) 国外新能源客车的发展与应用

(2) 国内新能源客车的发展与应用

5.2.2 新能源客车市场特点剖析

5.2.3 各省市电动公交车拥有计划

5.3 新能源客车生产企业分析

5.3.1 新能源客车企业竞争情况分析

5.3.2 北汽福田新能源客车个案分析

(1) 北汽福田新能源客车的研发情况

(2) 北汽福田新能源客车的战略规划

(3) 北汽福田新能源客车的应用推广

5.3.3 比亚迪新能源客车个案分析

(1) 比亚迪新能源客车的研发情况

(2) 比亚迪新能源客车的战略规划

5.4 新能源客车发展存在的问题及展望

5.4.1 新能源客车发展存在的问题

(1) 新能源客车产品可靠性问题

(2) 新能源客车使用成本问题

(3) 新能源客车关键技术发展问题

(4) 新能源客车应用开发模式局限

(5) 新能源技术车辆推广使用瓶颈

5.4.2 新能源客车发展展望

第6章：客车行业市场竞争状况分析

6.1 客车行业总体竞争特点分析

- 6.1.1 中小企业逐渐被淘汰
- 6.1.2 民营企业进入支撑期
- 6.1.3 大型企业无法兼并中小企业
- 6.1.4 零产销企业的逐渐成为历史
- 6.2 客车行业竞争格局分析
- 6.3 客车行业竞争策略分析
 - 6.3.1 注重产品策略
 - 6.3.2 注重服务策略
- 6.4 客车行业竞争趋势分析

第7章：中国客车行业营销策略分析

- 7.1 客车企业的市场营销策略分析
 - 7.1.1 客车企业的产品策略分析
 - (1) 多品种产品开发
 - (2) 产品设计多样化
 - (3) 结合政策研发产品
 - (4) 发挥自身优势选择产品
 - 7.1.2 客车企业的营销渠道分析
 - (1) 大中客车产品营销渠道
 - (2) 轻型和微型客车产品营销渠道
 - 7.1.3 客车企业的价格策略分析
 - (1) 价格策略影响因素
 - (2) 价格策略建议
 - 7.1.4 客车企业的促销策略分析
 - (1) 人员推销手段
 - (2) 广告手段
 - (3) 公共关系手段
- 7.2 主要客车企业营销策略分析
 - 7.2.1 宇通客车营销策略分析
 - (1) 产品策略+消费者策略 (Product&Customer)
 - (2) 价格策略+成本策略 (Price&Cost)
 - (3) 促销策略+沟通策略 (Promotion&Communication)

(4) 销售渠道策略+便利策略 (Place&Convenience)

7.2.2 金龙客车营销策略分析

(1) 市场挑战

(2) 市场防御

(3) 细分市场

7.2.3 黄海客车营销策略分析

7.2.4 申龙客车营销策略分析

第8章：中国客车行业重点区域分析

8.1 客车行业区域分布特征

8.2 华东地区客车行业发展分析

8.2.1 华东主要地区汽车保有量分析

(1) 江苏省汽车保有量分析

(2) 上海市汽车保有量分析

(3) 浙江省汽车保有量分析

8.2.2 华东地区客车发展政策分析

8.2.3 华东地区客车行业重点企业分析

8.2.4 华东地区客车需求分析

8.2.5 华东地区客车市场地位分析

8.3 中南地区客车行业发展分析

8.3.1 中南主要地区汽车保有量分析

(1) 广东省汽车保有量分析

(2) 河南省汽车保有量分析

(3) 湖南省汽车保有量分析

8.3.2 中南地区客车发展政策分析

8.3.3 中南地区客车行业重点企业分析

8.3.4 中南地区客车需求分析

8.3.5 中南地区客车市场地位分析

8.4 华北地区客车行业发展分析

8.4.1 华北主要地区汽车保有量分析

(1) 河北省汽车保有量分析

(2) 北京市汽车保有量分析

- 8.4.2 华北地区客车发展政策分析
- 8.4.3 华北地区客车行业重点企业分析
- 8.4.4 华北地区客车需求分析
- 8.4.5 华北地区客车市场地位分析

第9章：中国客车行业细分市场分析

9.1 城市客车市场分析

- 9.1.1 城市客车市场销量分析
- 9.1.2 公交客车市场特征分析
- 9.1.3 公交客车未来发展趋势及销量预测
 - (1) 新能源公交客车逐渐推广
 - (2) 公交客车安全更加受关注
 - (3) 二三线城市公交需求提高
 - (4) 公交车需求预测

9.2 旅游客车市场分析

- 9.2.1 旅游客车市场销量分析
 - (1) 旅游客车市场发展现状
 - (2) 旅游客车总体销量分析
 - (3) 旅游客车各价格区间分析
 - (4) 旅游客车市场需求结构
- 9.2.2 旅游客户抽样调查分析
- 9.2.3 高档旅游客车发展分析
- 9.2.4 旅游客车与高速客运车对比
- 9.2.5 旅游客车发展前景展望

9.3 公路客车市场分析

- 9.3.1 公路客车市场销量分析
- 9.3.2 公路客车市场结构分析
- 9.3.3 公路客车发展前景展望

9.4 农村客车市场分析

- 9.4.1 农村客车市场现状分析
- 9.4.2 农村客车政策环境分析
 - (1) 国家一系列惠农政策

（2）城乡一体化政策

9.4.3 农村客车发展前景展望

9.5 专用客车市场分析

9.5.1 专用客车市场销量分析

9.5.2 专用客车发展状况分析

9.5.3 专用客车产品特点及趋势

9.5.4 专用客车产销需具备的平台

9.5.5 专用客车市场及利润分析

9.5.6 专用客车发展前景展望

第10章：中国客车行业竞争对手分析

10.1 上市公司经营状况分析

10.1.1 郑州宇通客车股份有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析

（3）企业业务结构分析

（4）企业销售渠道与网络分析

（5）企业经营状况优劣势分析

（6）企业发展战略分析

10.1.2 厦门金龙汽车集团股份有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析

（3）企业业务结构分析

（4）企业销售渠道与网络分析

（5）企业经营优劣势分析

10.1.3 中通客车控股股份有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析

（3）企业业务结构分析

（4）企业销售渠道与网络分析

（5）企业经营状况优劣势分析

10.1.4 安徽安凯汽车股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

10.1.5 辽宁曙光汽车集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

10.1.6 北汽福田汽车股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营优劣势分析

10.1.7 扬州亚星客车股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

10.1.8 重庆长安汽车股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

第11章：中国客车行业风险分析及市场预测

11.1 客车行业发展风险分析

11.1.1 客车行业政策风险分析
11.1.2 客车行业经济风险分析
11.1.3 客车行业技术风险分析
11.1.4 客车行业供求风险分析
11.1.5 客车行业原材料风险分析
11.1.6 客车行业关联行业风险分析
11.1.7 客车行业区域风险分析
11.1.8 客车行业经营风险分析
(1) 粗放式管理
(2) 产品同质化日益严重
(3) 营销手段趋同
11.2 客车行业投资动向分析
11.2.1 交通固定资产投资完成情况
11.2.2 客车行业最新投资动向分析
11.3 中国客车市场发展趋势及前景分析
11.3.1 客车产品需求变化趋势
(1) 大中型公路客车
(2) 轻型客车
11.3.2 客车市场发展前景分析趋势

图表目录

图表1：客车按车长分类（单位：米）

图表2：客车按用途分类

图表3：汽车零部件制造业发展特点

图表4：2014-2021年我国汽车零部件行业市场规模变化趋势（单位：亿元，%）

图表5：2017-2021年我国汽车零部件行业利润总额变化趋势（单位：亿元，%）

图表6：2014-2021年中国汽车发动机产量变化情况（单位：万台，%）

图表7：中国汽车变速器市场格局（单位：%）

图表8：2016-2021年中国汽车空调行业产量（单位：万套）

图表9：中国汽车空调行业市场结构（按产值）（单位：%）

图表10：2017-2021年中国公路总里程及公路密度（单位：万公里，公里/百平方公里）

图表11：2017-2021年全国公路运输客运量变化情况（单位：亿人，%）

图表12：2017-2021年全国公共汽电车量变化情况（单位：万辆）

图表13：2017-2021年全国城市客运量变化情况（单位：亿人）

图表14：2014-2021年中国国内旅游人次及其增长速度（单位：亿人次，%）

图表15：2014-2021年中国入境旅游人次及其增长速度（单位：亿人次，%）

图表16：2014-2021年中国旅游总收入及其增长速度（单位：亿人次，%）

图表17：客车行业监管体制

图表18：客车行业相关现行国家标准汇总

图表19：客车行业相关即将实施国家标准汇总

图表20：截至2021年客车行业发展政策汇总

图表21：《节能与新能源汽车产业发展规划（2013-2021年）》解读

图表22：《“十四五”汽车工业发展规划意见》解读

图表23：《关于促进汽车消费的意见》解读表

图表24：2014-2021年美国生产总值变化趋势图（单位：万亿美元，%）

图表25：2014-2021年欧元区GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）

图表26：2014-2021年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）

图表27：2020-2021年全球部分国家/地区经济预测（单位：%）

图表28：2011-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表29：2014-2021年中国固定资产投资额及增长情况（单位：万亿元，%）

图表30：2021年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/384208.html>