

2024-2030年中国客车市场 深度评估与投资战略报告

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

《2024-2030年中国客车市场深度评估与投资战略报告》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/202310/413081.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

汽车行业是中国经济发展中的支柱产业之一，近年来，无论是汽车产量还是销售量都保持了较快增长；国内汽车行业的市场占有率整体上也呈上升趋势。在汽车市场快速发展的同时，中国的客车市场也呈现出稳步前进的势头。

2019年，在基建投资回升、国 汽车淘汰、新能源物流车快速发展，治超加严等利好因素促进下，商用车产销好于乘用车，商用车产销分别完成436万辆和432.4万辆，产量同比增长1.9%，销量下降1.1%。分车型产销情况看，客车产销分别完成47.2万辆和47.4万辆，同比分别下降3.5%和2.2%。2020年，客车产销分别完成45.3万辆和44.8万辆，同比分别下降4.2%和5.6%。2020年1-12月6米以上大中型客车累计销售105448辆，同比下降26.6%。2021年1-12月，客车产销分别完成50.8万辆和50.5万辆，同比分别增长12.2%和12.6%。2022年1-8月，客车产销均完成24.3万辆，同比分别下降27.7%和26.9%。

2023年3月24日，交通运输部发布了关于《道路客运接驳运输管理办法（征求意见稿）》公开征求意见的通知，主要是对前期印发实施的《道路客运接驳运输管理办法（试行）》（交运发〔2017〕208号）进行修订。

我国客车行业正面临市场发展带来的新机遇。城乡一体化政策会使市场成倍扩大，公交都市的政策会保证公交客车的发展，加上校车等新兴市场的出现，客车市场还会高速发展，可以说未来5-10年，是客车行业发展的黄金期。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国客车市场深度评估与投资战略报告》共十六章。首先介绍了客车的相关概念、定义及分类等，接着分析了国际国内汽车行业及客车行业的发展概况，然后分别对大中型客车、新能源客车、公路客车、城市客车、旅游客车市场做了具体细致的分析。随后对中国客车行业做了国际化分析、重点企业运营状况分析、相关产业发展分析、市场竞争分析、存在问题及对策分析、前景及发展趋势分析，最后详细列明并解析了与客车行业密切相关的政策法规。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国汽车工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对客车行业有个系统深入的了解、或者想投资客车行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 客车相关概念介绍

1.1 汽车的相关介绍

1.1.1 汽车的概念

1.1.2 汽车的分类

1.1.3 汽车的特性

1.2 客车概念介绍

1.2.1 客车的定义及分类

1.2.2 客车的结构特征

1.2.3 客车的基本性能

1.2.4 中国客车车型结构划分标准

1.3 客车主要部件构成简介

1.3.1 客车车身及装置

1.3.2 底盘特性及相关技术指标

1.3.3 发动机分类及特性

第二章 2021-2023年汽车行业分析

2.1 2021-2023年世界汽车行业发展状况

2.1.1 行业发展特点

2.1.2 行业生产状况

2.1.3 行业销售现状

2.1.4 重点区域市场

2.2 中国汽车工业发展综述

2.2.1 产业对经济发展的战略作用

2.2.2 行业发展成就回顾

2.2.3 产业自主品牌发展分析

2.2.4 行业整零关系的发展模式综述

2.2.5 产业集群发展状况分析

2.3 2021-2023年中国汽车行业运行分析

2.3.1 行业产销情况综述

2.3.2 市场进出口状况分析

2.3.3 行业经济效益分析

2.3.4 产业集中度分析

2.3.5 市场价格行情分析

2.4 中国汽车行业面临的挑战分析

2.4.1 市场存在的主要问题

2.4.2 产业发展制约瓶颈

2.4.3 产业税收体系存在的不足

2.4.4 行业面临环保考验

2.5 促进中国汽车行业发展的对策

2.5.1 产业应对成本上升的建议

2.5.2 行业发展的战略对策

2.5.3 品牌国际化策略分析

2.5.4 产业竞争力提升策略

2.5.5 产业发展的相关理性思考

2.6 中国汽车行业投资风险及建议

2.6.1 行业投资壁垒分析

2.6.2 企业财务风险预警分析

2.6.3 企业财务管理对策

第三章 2021-2023年世界客车行业发展分析

3.1 2021-2023年世界客车行业发展概况

3.1.1 世界客车产量规模

3.1.2 燃料电池客车发展

3.1.3 英国客车市场规模

3.1.4 客车行业发展趋势

3.2 世界客车技术发展现状

3.2.1 主要应用技术设备介绍

3.2.2 大中型客车技术应用现状

3.2.3 国外客车安全技术浅析

3.2.4 欧洲客车行业的技术创新

3.2.5 欧洲大型客车安全技术应用

3.3 世界客车行业政策法规分析

3.3.1 世界客车安全法规特点

3.3.2 欧洲客车法规和标准

3.3.3 美国新客车气体排放标准

- 3.3.4 日本提高客车燃料效率
- 3.4 世界客车市场发展预测
 - 3.4.1 未来市场需求规模预测
 - 3.4.2 公共交通将拉动客车需求
 - 3.4.3 生产力向发展中国家转移
 - 3.4.4 世界大中型客车发展趋势

第四章 2021-2023年中国客车行业分析

- 4.1 中国客车行业发展综述
 - 4.1.1 行业发展优势
 - 4.1.2 行业发展历程
 - 4.1.3 行业现状分析
 - 4.1.4 “一带一路”下行业谋新局
- 4.2 2021-2023年中国客车市场发展分析
 - 4.2.1 市场发展回顾
 - 4.2.2 市场发展现状
 - 4.2.3 市场发展态势
- 4.3 客车市场品牌分析
 - 4.3.1 客车企业品牌理念逐渐明确
 - 4.3.2 客车企业品牌建设分析
 - 4.3.3 客车销售品牌战略规划
- 4.4 中国客车市场营销分析
 - 4.4.1 市场营销理论概述
 - 4.4.2 客车行业的营销环境
 - 4.4.3 客车营销中存在的问题
 - 4.4.4 客车创新营销思路解析
 - 4.4.5 客车市场营销策略选择

第五章 2021-2023年大中型客车行业发展分析

- 5.1 2021-2023年中国大中型客车市场发展分析
 - 5.1.1 市场销售规模及特征
 - 5.1.2 大中型客车市场表现

- 5.1.3 大型客车企业竞争格局
- 5.1.4 中型客车企业竞争格局
- 5.2 2021-2023年部分地区大中型客车市场分析
 - 5.2.1 北京
 - 5.2.2 江苏
 - 5.2.3 广东
 - 5.2.4 山东
 - 5.2.5 上海
- 5.3 2021-2023年中国大中型客车出口情况分析
 - 5.3.1 出口市场规模
 - 5.3.2 出口市场特征
 - 5.3.3 企业出口动态
 - 5.3.4 未来发展方向
- 5.4 大中型客车的设计造型及相关技术因素分析
 - 5.4.1 国外大中型客车外形造型发展趋势
 - 5.4.2 中国大中型客车外形造型发展分析
 - 5.4.3 大中型客车外饰品对车身造型影响
 - 5.4.4 大中型客车内饰设计原则
 - 5.4.5 大中型客车安全性能设计
- 5.5 大中型客车发展趋势及前景预测
 - 5.5.1 发展模式及特点
 - 5.5.2 市场发展趋势
 - 5.5.3 行业发展前景

第六章 2021-2023年新能源客车行业发展分析

- 6.1 2021-2023年新能源客车行业发展概述
 - 6.1.1 行业扶持政策
 - 6.1.2 政策变化特点
 - 6.1.3 行业标准建立
 - 6.1.4 推动技术进步
 - 6.1.5 新能源公交车发展利好
- 6.2 2021-2023年中国新能源客车市场分析

- 6.2.1 市场产量规模
- 6.2.2 市场销量规模
- 6.2.3 市场特征现状
- 6.2.4 企业动态分析
- 6.3 2021-2023年我国新能源客车示范应用状况
 - 6.3.1 推广新能源客车的背景及意义
 - 6.3.2 主要城市新能源公交推广现状
 - 6.3.3 新能源汽车免购置税情况
 - 6.3.4 新能源客车应用中的问题
 - 6.3.5 新能源客车示范推广的建议
- 6.4 我国新能源客车产业化进程分析
 - 6.4.1 新能源汽车已进入产业化阶段
 - 6.4.2 政策加快新能源汽车产业化
 - 6.4.3 新能源公交产业化推广方向
 - 6.4.4 新能源客车产业化发展困境
 - 6.4.5 推进新能源客车产业化建议
- 6.5 中国新能源客车发展展望
 - 6.5.1 行业发展趋势
 - 6.5.2 未来市场展望
 - 6.5.3 行业发展形势
 - 6.5.4 重点企业规划
 - 6.5.5 区域发展规划

第七章 2021-2023年公路客车市场分析

- 7.1 中国公路客车市场总体综述
 - 7.1.1 公路客车行业发展历程分析
 - 7.1.2 公路建设为给公路客车业提供机遇
 - 7.1.3 公路客车行业发展壮大的基础
 - 7.1.4 营业性客车公路客运状况分析
 - 7.1.5 新等级标准对公路客车的影响
- 7.2 中国公路客车市场回顾
 - 7.2.1 整体销售情况

- 7.2.2 大型车销售情况
- 7.2.3 品牌销售情况
- 7.2.4 市场特征分析
- 7.3 2021-2023年中国公路客车市场现状
 - 7.3.1 销售态势分析
 - 7.3.2 政策引导分析
 - 7.3.3 发展趋势分析
- 7.4 中国公路客车发展前景及趋势
 - 7.4.1 市场前景依然广阔
 - 7.4.2 市场需求变化趋势
 - 7.4.3 新能源座位客车前景

第八章 2021-2023年城市客车市场分析

- 8.1 中国城市客车市场概况
 - 8.1.1 行业发展特点解析
 - 8.1.2 市场需求不断上升
 - 8.1.3 行业技术环境分析
 - 8.1.4 总量调控成为常态
- 8.2 2021-2023年城市公交客车市场发展分析
 - 8.2.1 市场格局变化
 - 8.2.2 市场销售现状
 - 8.2.3 市场细分需求
 - 8.2.4 市场增长动因
 - 8.2.5 利好政策分析
- 8.3 2021-2023年微循环公交客车市场运行分析
 - 8.3.1 基本概念解析
 - 8.3.2 必备特点分析
 - 8.3.3 市场需求分析
 - 8.3.4 未来走势分析
- 8.4 2021-2023年中国城市客车研发动态
 - 8.4.1 青年汽车研发新型动力电池城市客车
 - 8.4.2 即充式纯电动城市客车成功投产

- 8.4.3 增程式纯电驱动城市客车量产
- 8.4.4 东风汽车混合动力城市客车下线
- 8.4.5 黄海超级巴士问世
- 8.5 城市客车行业发展趋势及前景
 - 8.5.1 行业未来发展趋势
 - 8.5.2 行业增长空间剖析
 - 8.5.3 公交客车市场前景看好

第九章 2021-2023年旅游客车市场分析

- 9.1 旅游客车行业发展概述
 - 9.1.1 旅游行业发展潜力分析
 - 9.1.2 旅游客车市场发展历程
 - 9.1.3 旅游客车市场发展特征
- 9.2 2021-2023年中国旅游客车市场发展现状
 - 9.2.1 市场运行状况
 - 9.2.2 行业供给状况
 - 9.2.3 销售规模分析
 - 9.2.4 对外贸易状况
 - 9.2.5 区域市场消费
- 9.3 2021-2023年中国旅游客车市场运行特征
 - 9.3.1 总体增长平稳
 - 9.3.2 新能源客车比例提高
 - 9.3.3 安全性成客户关注核心
 - 9.3.4 高档旅游客车发展加速
 - 9.3.5 配置要求多重功能
 - 9.3.6 政策及市场双重作用
- 9.4 旅游客车行业发展模式剖析
 - 9.4.1 投资运作模式
 - 9.4.2 产品渠道模式
 - 9.4.3 产品经销模式
 - 9.4.4 国际化营销模式
 - 9.4.5 市场营销策略

9.5 促进中国旅游客车行业发展的策略

9.5.1 加强国内重点区域市场运作

9.5.2 加强市场及产品的研究及规划

9.5.3 提高旅游客车产品的技术水平

9.5.4 加强宣传打造品牌竞争力

9.6 中国旅游客车行业投资风险分析

9.6.1 技术风险

9.6.2 原材料风险

9.6.3 政策/体制风险

9.7 中国旅游客车行业前景趋势预测

9.7.1 产品未来发展趋势

9.7.2 景观车将成市场新热点

9.7.3 旅游客车市场前景广阔

第十章 2021-2023年中国客车国际化发展分析

10.1 中国客车国际化发展分析

10.1.1 企业实施国际化战略的意义

10.1.2 客车安全标准国际化亟待推进

10.1.3 行业国际竞争力分析

10.1.4 行业国际化进程中面临的挑战

10.2 中国客车出口状况分析

10.2.1 客车出口回顾

10.2.2 客车出

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/413081.html>