

2014-2019年中国大型客车 市场前景研究与投资战略分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2019年中国大型客车市场前景研究与投资战略分析报告》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.abaogao.com/b/keche/K77161NJ3V.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

第一章宏观经济环境分析 1

第一节 宏观经济发展现状及预测 1

一、宏观经济发展现状 1

二、宏观经济发展预测 2

第二节 宏观经济对汽车工业发展的影响分析 3

第二章政策环境分析 3

第一节 宏观调控政策影响分析 3

一、宏观调控政策 3

二、货币政策 4

第二节 汽车产业政策影响分析 6

一、国家对汽车行业的调控政策 6

二、环保节能政策 7

1. 节能环保型汽车认证制度影响分析 7

2. 新能源汽车生产准入制实施影响分析 7

三、流通及贸易政策 7

四、技术政策 8

五、回收政策 8

第三章相关产业分析 9

第一节 上游产业发展变化及影响分析 9

一、钢铁行业发展变化及影响 9

二、橡胶行业发展变化及影响 10

三、石油行业发展变化及影响 11

第二节 下游产业发展变化及影响 11

第一章 大型客车行业发展历程 14

第一节 客车的定义及分类 14

第二节 大型客车发展历程 15

一、起步阶段（1949年-1978年） 15

- 二、成长阶段（1978年-2001年） 15
- 三、成熟阶段（2006年-现在） 16
- 第三节 大型客车行业对客车行业发展的贡献度 16

第二章大型客车行业发展的特点 17

- 第一节 行业的发展以结构调整为主 17
- 第二节 技术水平提高，配套环境趋好 17
- 第三节 社会资本涌入带来契机 18
- 第四节 行业竞争焦点集中 18
 - 一、客流规律 18
 - 二、政策因素 19
 - 三、公交客车大型化 19
 - 四、卧铺客车的市场表现 19
 - 五、出口趋势 19

第三章大型客车行业发展的机遇与挑战 19

- 第一节 大型客车行业面临空前机遇 19
- 第二节 大型客车行业发展的瓶颈与困难 20

市场篇 21

第一章大型客车市场发展情况分析 21

- 第一节 近年大型客车市场发展情况 21
- 第二节 2014年大型客车市场分析 23
 - 一、大型客车市场增长突出 23
 - 二、市场集中度提高 24

第二章市场格局与竞争分析 25

- 第一节 大型客车行业竞争格局变化分析 25
- 第二节 主要生产企业市场份额变化分析 26
- 第三节 当前市场竞争特点 28
 - 一、势力范围逐步调整 28
 - 二、价格战继续升级 28

三、多元化营销日趋明朗 28

第三章市场营销 28

第一节 消费者研究 28

一、耐用消费者的购车选择 28

二、燃油经济性消费者的消费观 29

第二节 营销策略观察 30

一、企业营销策略 30

1. 金龙客车的独特营销模式 30

2. 宇通营销策略带来的思考 31

二、行业整体营销策略 33

1. 概念营销客车行业的新型营销策略 33

2. 中国客车营销探讨 33

三、从关系营销到品牌营销 35

第四章进出口 36

第一节 近年大型客车进出口情况 36

第二节 2014年大型客车进出口分析 38

一、大型客车进口 38

二、大型客车出口 38

产品篇 40

第一章产品发展历史 40

第二章产品竞争力分析 41

第一节 市场主要产品分类 41

一、技术贮备类形象产品 41

1. 宇通客车-莱茵系列 42

2. 厦门金龙-方舟1号 42

3. 青年尼奥普兰客车-星航线 43

二、盈利支柱产品 43

1. 宇通客车 43

2.厦门金龙 45

3.苏州金龙 47

4.厦门金旅 49

5.丹东黄海 51

三、占有市场份额主打产品 51

1.宇通客车 51

2.厦门金龙 53

3.苏州金龙 55

4.厦门金旅 56

5.丹东黄海 57

第二节 产品竞争力分析 58

一、技术储备类产品对比 58

二、盈利支柱产品对比 59

三、占有市场份额产品对比 60

品牌篇 61

第一章 客车品牌的界定和影响力 61

第一节 客车品牌的界定 61

第二节 客车品牌的影响力 61

第二章 主要大型客车品牌分析 62

第一节 重点企业品牌分析 62

一、郑州宇通 62

1.品牌形象 62

2.品牌结构 62

3.品牌销售业绩 63

二、厦门金龙 63

1.品牌形象 63

2.品牌战略 64

3.品牌结构 64

三、苏州金龙 65

1.品牌定位 65

2. 品牌结构 65

3. 品牌销售业绩 66

四、厦门金旅 67

1. 品牌定位 67

2. 品牌结构 67

3. 品牌销售业绩 67

五、安徽安凯 68

1. 品牌结构 68

2. 品牌销售业绩 69

六、北汽福田 69

1. 品牌形象 69

2. 品牌结构 70

3. 品牌销售业绩 70

七、中通客车 71

1. 品牌形象 71

2. 品牌结构 71

3. 品牌销售业绩 71

第二节 重点企业品牌营销对比分析 72

一、客车品牌价值对比分析 72

二、客车品牌营销活动分析 73

企业篇 76

第一章 重点企业简况及08年经营情况 76

第一节 重点大型客车企业简况 76

一、郑州宇通集团有限公司 76

1. 公司简况 76

2. 近几年市场表现 76

3. 营销策略及渠道 77

二、厦门金龙旅行车有限公司 79

1. 公司简况 79

2. 近几年市场表现 79

3. 营销策略及渠道 80

三、丹东黄海汽车有限责任有限公司 81

1. 公司简况	81
2. 近几年市场表现	81
3. 营销策略及渠道	82
四、安徽安凯汽车股份有限公司	83
1. 公司简况	83
2. 近几年市场表现	83
3. 营销策略及渠道	84
五、金龙联合汽车工业（苏州）有限公司	85
1. 公司简况	85
2. 近几年市场表现	86
3. 营销策略及渠道	87
六、上海申沃客车有限公司	89
1. 公司简况	89
2. 近几年市场表现	89
3. 营销策略及渠道	90
第二节 08年重点大客企业经营状况	91
一、郑州宇通集团有限公司	91
二、厦门金龙旅行车有限公司	91
三、丹东黄海汽车有限责任有限公司	92
四、安徽安凯汽车股份有限公司	93
五、金龙联合汽车工业（苏州）有限公司	94
六、上海申沃客车有限公司	95
第二章重点大型客车生产企业竞争力对比分析	96
第一节 重点大客生产企业市场销量对比分析	96
第二节 重点大客生产企业经营状况对比分析	97
预测篇	100
第一章趋势预测	100
第一节 大型客车行业发展趋势分析	100
一、行业集中度将进一步提高	100
二、出口依然是行业亮点	100

三、节能环保技术进一步发展 100

四、品牌营销成主流趋势 101

第二节 市场发展趋势 101

第三节 技术发展趋势 102

一、CAN总线技术 102

二、节能技术 102

三、全承载技术 102

第四节 企业管理的发展趋势 102

第五节 资本投入发展趋势 103

第二章需求预测 103

第一节 市场发展空间分析 103

一、公路客运发展空间巨大 103

二、城市公交将成为整个客车市场的主要拉动力量 103

三、旅游客车存在巨大商机 103

第二节 2014-2019年年大型客车市场需求预测 104

表格目录

表格1 1998-2014年宏观经济主要指标统计表 3

表格2 2014年大型客车市场份额前十企业排名变化 26

表格3 2014年大型客车主要企业市场份额 26

表格4 客车企业技术类储备产品对比表 58

表格5 盈利支柱产品对比情况 59

表格6 占有市场份额产品对比情况 60

表格7 1993年 - 1999年厦门金旅总销售额表 68

表格8 2006年-2014年重点客车企业品牌价值变化情况 72

表格9 2014年第五届《中国500最具价值品牌》客车企业排行 73

表格10 重点客车企业品牌营销活动对比 73

表格11 2014年客车行业变化情况 98

表格12 2014年客车企业经营情况 98

图表目录

图表1 2003-2011年中国GDP增长形势 1

图表2 2003-2011年中国公路客运增长形势 12

图表3 2003-2011年中国公路建设增长形势 12

图表4 近年大型客车行业贡献度 17

图表5 2006年-2014年大型客车产销走势图 21

图表 6 2006年-2014年大型客车产销率走势图 22

图表 7 2006年-2014年大型客车整车市场集中度走势图 23

图表 8 2006年-2014年大型客车非完整市场集中度走势图 23

图表 9 2014年客车各品种市场占有率 24

图表 10 2014年大型客车产销情况 24

图表 11 2014年大型客车市场生产集中度 25

图表 12 2014年大型客车市场销量集中度 25

图表 13 2014年主要大型客车企业市场份额 27

图表 14 2006年-2014年大型客车进口量及进口金额走势图 36

图表 15 2006年-2014年大型客车出口量及出口金额走势图 37

图表 16 2014年大型客车进口情况 38

图表 17 2014年大型客车出口情况 39

图表 18 2014年4月份前十大大型客车企业销量占比图 41

图表 19 2000 - 2005年的厦门金旅总销售额图 68

图表 20 2006年-2014年宇通大型客车销量走势图 77

图表 21 2006年-2014年郑州宇通大型客车产销比重走势图 77

图表 22 宇通客车全国经销商分布情况 78

图表 23 厦门金旅全国经销商分布情况 80

图表 24 2006年-2014年丹东黄海大型客车销量走势图 82

图表 25 2006年-2014年丹东黄海大型客车产销比重走势图 82

图表 26 2006年-2014年安凯大型客车销量走势图 83

图表 27 2006年-2014年安徽安凯大型客车产销比重走势图 84

图表 28 安凯客车全国经销商分布情况 85

图表 29 2006年-2014年苏州金龙大型客车销量走势图 86

图表 30 2006年-2014年苏州金龙大型客车产销比重走势图 68

图表 31 苏州金龙全国经销商分布情况 88

图表 32 2006年-2014年上海申沃大型客车销量走势图 89

图表 33 2006年-2014年上海申沃大型客车产销比重走势图 90

图表 34 上海申沃售后服务网点全国分布情况 90

图表 35 2014年宇通累计产销情况 91

图表 36 2014年金旅累计产销情况 92

图表 37 2014年黄海累计产销情况 93

图表 38 2014年安凯累计产销情况 94

图表 39 2014年苏州金龙累计产销情况 95

图表 40 2014年上海申沃累计产销情况 95

图表 41 2006年-2014年重点企业大客销量对比图 96

图表 42 2014年大型客车需求量预测示意图 104

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/keche/K77161NJ3V.html>