

# 2016-2022年中国大型客车 市场深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2016-2022年中国大型客车市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1511/057504XTEI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国大型客车市场深度调研与投资前景研究报告》共十八章。报告介绍了大型客车行业相关概述、中国大型客车产业运行环境、分析了中国大型客车行业的现状、中国大型客车行业竞争格局、对中国大型客车行业做了重点企业经营状况分析及中国大型客车产业发展前景与投资预测。您若想对大型客车产业有个系统的了解或者想投资大型客车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

大型客车是指车长大于等于6米或者核定载客人数大于等于20人的载客汽车，大型客车的运距多达数百公里，有的车厢内全部设座位；有的全部设铺位，所以俗称“卧铺车”，并有存放乘客随身行李的行李架或行李仓。

## 报告目录：

### 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

### 第四章 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

### 第五章 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

### 第六章 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

### 第七章 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 2015年三季度大型客车市场分析 23

### 一、下半年大型客车市场增长突出 23

### 二、市场集中度提高 24

## 第八章 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

## 第九章 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

## 第十章 进出口 36

### 第一节 近年大型客车进出口情况 36

### 第二节 2015年三季度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

## 第十一章 产品发展历史 40

## 第十二章 产品竞争力分析 41

### 第一节 市场主要产品分类 41

#### 一、技术储备类形象产品 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

## 第十三章 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

## 第十四章 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

## 第十五章 重点企业简 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 2015年三季度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



## 第十六章 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

## 第十七章 博思数据对行业趋势预测 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

## 第十八章 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 2016-2022年年大型客车市场需求预测 104

## 图表目录：

图表1 2003-2014年中国GDP增长形势 1

图表2 2003-2014年中国公路客运增长形势 12

图表3 2003-2014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-2015年大型客车产销走势图 21

图表 6 2006年-2015年大型客车产销率走势图 22

图表 7 2006年-2015年大型客车整车市场集中度走势图 23

图表 8 2006年-2015年大型客车非完整市场集中度走势图 23

图表 9 2015年三季度客车各品种市场占有率 24

图表 10 2015年三季度大型客车产销情况 24

图表 11 2015年三季度大型客车市场生产集中度 25

图表 12 2015年三季度大型客车市场销量集中度 25

图表 13 2015年三季度主要大型客车企业市场份额 27

图表 14 2006年-2015年大型客车进口量及进口金额走势图 36

图表 15 2006年-2015年大型客车出口量及出口金额走势图 37

图表 16 2015年三季度大型客车进口情况 38

图表 17 2015年三季度大型客车出口情况 39

图表 18 2015年3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-2015年宇通大型客车销量走势图 77

图表 21 2006年-2015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-2015年丹东黄海大型客车销量走势图 82

图表 25 2006年-2015年丹东黄海大型客车产销比重走势图 82

图表 26 2006年-2015年安凯大型客车销量走势图 83

图表 27 2006年-2015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-2015年苏州金龙大型客车销量走势图 86

图表 30 2006年-2015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-2015年上海申沃大型客车销量走势图 89

图表 33 2006年-2015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 2015年三季度宇通累计产销情况 91

图表 36 2015年三季度金旅累计产销情况 92

图表 37 2015年三季度黄海累计产销情况 93

图表 38 2015年三季度安凯累计产销情况 94

图表 39 2015年三季度苏州金龙累计产销情况 95

图表 40 2015年上海申沃累计产销情况 95

图表 41 2006年-2015年三季度重点企业大客销量对比图 96

图表 42 2015年三季度大型客车需求量预测示意图 104

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1511/057504XTEI.html>