

2013-2017年中国客车市场专项调研及投资方向研究

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国客车市场专项调研及投资方向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/133240.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2012年11月份，我国生产客车26.77万辆，同比下降7.23%。2012年1-11月，全国客车的产量达275.33万辆，同比增长1.67%。从各省市的产量来看，2012年1-11月，广西壮族自治区客车的产量达112.65万辆，同比增长12.16%，占全国总产量的40.91%。紧随其后的是重庆市、湖北省和江苏省，分别占总产量的20.31%、8.32%和7.23%。

2013年是客车市场快速发展之年，对于客车商企而言，应注重以下几方面的发展：一、加大客车技术研发实力，提高客车安全技术质量，保证客车安全；二、我国地大物博，各地区发展差异明显，交通运输发展状况各有差异，因此，应因地制宜，针对不同地区路况、政策等现状，生产相对适应的客车产品，满足各地区客车需求；三、2013年是校车之年，校车市场无疑为客车市场注入了发展的强大推动力，对于校车而言，在符合国家校车安全技术的前提下，制造安全，舒适，保障的校车，抓住政策良机，与各地互通合作，提高校车市场份额。

艾凯咨询集团报告网发布的《2013-2017年中国客车市场专项调研及投资方向研究》共十三章。首先介绍了中国客车行业发展环境，接着分析了中国客车行业规模及消费需求，然后对中国客车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国客车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国客车行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 2012年全球客车行业市场运行形势综述

第一节 2012年全球客车产品市场动态研究

- 一、全球客车产品市场特征分析
- 二、全球客车产品市场供需监测研究
- 三、全球客车产品价格走势分析

第二节 2012年全球主要国家客车市场深度局势分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国
- 四、其他国家

第三节 2013-2017年全球客车产品市场发展趋势预测解析

第二章 2012年中国客车行业市场发展环境分析(PEST分析法)

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析
- 第二节 2012年中国客车行业政策环境分析
 - 一、近年来国家以及政府颁布的相关政策法规
 - 二、相关政策法规对市场的影响程度
 - 三、客车市场国家宏观发展规划调控方向
- 第三节 2012年中国客车行业社会环境分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、中国城镇化率
 - 六、居民的各种消费观念和习惯
- 第四节 2012年中国客车行业技术环境分析
- 第三章 2012年中国客车行业运行状况与存在问题探讨
 - 第一节 2012年中国客车行业发展概述
 - 第二节 2012年中国客车行业运行动态分析
 - 一、产业热点分析
 - 二、产业运行趋势分析
 - 第三节 2012年中国客车行业发展存在问题与对策建议
 - 一、中国客车行业存在的问题
 - 二、规范客车行业发展的措施
 - 三、客车行业发展的建议
- 第四章 2012年中国客车行业总体发展状况剖析
 - 第一节 2012年中国客车行业规模情况分析
 - 一、行业单位规模情况分析
 - 二、行业人员规模状况分析
 - 三、行业资产规模状况分析
 - 四、行业市场规模状况分析
 - 第二节 2012年中国客车行业产销情况分析
 - 一、行业生产情况分析
 - 二、行业销售情况分析
 - 三、行业产销情况分析
 - 第三节 2012年中国客车行业财务能力分析

第五章 2008-2012年中国客车产品行业关键数据指标参考

第一节 2008-2012年中国客车行业主要数据监测分析

- 一、2008-2012年中国客车行业规模分析
- 二、2012年中国客车行业结构分析
- 三、2008-2012年中国客车行业产值分析
- 四、2008-2012年中国客车行业成本费用分析
- 五、2008-2012年中国客车行业盈利能力分析

第二节 2008-2012年中国客车产量数据统计分析

- 一、2008-2012年中国客车产量数据分析
- 二、2012年中国客车产量数据分析
- 三、2012年中国客车产量增长性分析

第三节 2013-2017年中国客车进出口数据监测分析

- 一、客车进出口数量分析
- 二、客车进出口金额分析
- 三、客车进出口国家及地区分析

第六章 2012年中国客车行业市场竞争力研究

第一节 2012年中国客车行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 2012年中国客车市场竞争现状分析

- 一、信息娱乐引领客车市场
- 二、出口转内销对企业竞争影响
- 三、本土电子企业面临压力分析
- 四、华南市场的发展空间及竞争

第三节 2012年中国客车行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第四节 2012年中国客车行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第七章 2012年中国客车企业竞争策略分析

第一节 2012年中国客车行业竞争策略分析

一、客车中小企业竞争形势

二、客车中国企业竞争策略

三、上下游产业链合作共赢策略

第二节 2012年中国客车市场竞争策略分析

一、客车主要潜力品种分析

二、现有客车产品竞争策略分析

三、潜力客车品种竞争策略选择

四、典型企业产品竞争策略分析

第三节 客车企业竞争策略分析

一、金融危机对客车行业竞争格局的影响

二、2013-2017年我国客车市场竞争趋势

三、2013-2017年客车企业竞争策略分析

第八章 2012年中国客车行业顶尖企业竞争力与未来发展策略探讨

第一节 A企业

一、企业基本概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 B企业

一、企业基本概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 C企业

- 一、企业基本概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 D企业

- 一、企业基本概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 E企业

- 一、企业基本概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九章 2013-2017年中国客车及其主要上下游产品市场预测

第一节 2013-2017年中国客车上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节 2013-2017年中国客车行业产业链研究分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第十章 2013-2017年中国客车行业发展前景展望预测

第一节 2013-2017年中国客车行业供求形势展望

- 一、上游原料供应预测及市场情况
- 二、客车下游需求行业发展展望
- 三、客车行业产能预测分析
- 四、进出口形势展望

第二节 2013-2017年中国客车行业市场格局与经济效益展望

一、市场格局展望

二、经济效益预测

第三节 2013-2017年中国客车行业整体发展展望分析

一、客车行业国际展望

二、国内客车行业发展展望

第十一章 2013-2017年客车行业投资机会与风险规避研究

第一节 2013-2017年中国客车投资环境的分析与对策

第二节 2013-2017年中国客车投资机遇分析

第三节 2013-2017年中国客车投资风险分析

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节 2013-2017年中国客车投资策略与建议

一、企业资本结构选择

二、企业战略选择

三、投资区域选择

第十二章 2013-2017年中国客车行业投融资研究分析

第一节 中国客车行业企业所有制状况

第二节 中国客车行业外资进入状况

第三节 中国客车行业合作与并购

第四节 中国客车行业投资体制分析

第五节 中国客车行业资本市场融资分析

第十三章 2013-2017年客车行业盈利模式与投资策略探讨

第一节 国外客车行业投资现状及经营模式分析

一、境外客车行业成长情况调查

二、经营模式借鉴-中国报告基地

三、在华投资新趋势动向

第二节 我国客车行业商业模式探讨

第三节 我国客车行业投资国际化发展战略分析

一、战略优势分析

二、战略机遇分析

三、战略规划目标

四、战略措施分析

第四节 我国客车行业投资策略分析

第五节 最优投资路径设计

一、投资对象

二、投资模式

三、预期财务状况分析

四、风险资本退出方式

报告图表目录

图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2012年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2012年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2012年我国全社会固定资产投资额走势图(2012年不含农户)

图表：2005-2012年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业企业数量增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业从业人数增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业资产规模增长趋势图

图表：2012年我国客车行业不同类型企业数量分布图

图表：2012年我国客车行业不同所有制企业数量分布图

图表：2012年我国客车行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2012年我国客车行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2008-2012年我国客车行业产成品增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业工业销售产值增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业出口交货值增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业销售成本增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车行业费用使用统计图

图表：2008-2012年我国客车行业主要盈利指标统计图

图表：2008-2012年我国客车行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2008-2012年我国客车产量变化图 单位：平方米

图表：2009-2012年我国客车重点省市产量对比图 单位：平方米

图表：2012年我国客车产量和2010年同期对比图 单位：平方米

图表：2012-2012年我国客车产量前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2012-2012年我国客车前5位省市产量比例图

图表：2012-2012年我国客车重点省市产量及增长率统计表 单位：平方米

图表：2012-2012年我国客车产量增长率排名前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2012-2012年我国客车主要省份产量比重统计表 单位：平方米

图表：2012-2012年我国客车市场集中度和2010年同期对比图

图表：2013-2017年中国客车进出口数量统计

图表：2013-2017年中国客车进出口金额数据

图表：2013-2017年中国客车进出口平均单价走势

图表：2013-2017年中国客车进出口国家及地区分布图

图表：部分企业主要经济指标走势图

图表：部分企业经营收入走势图

图表：部分企业盈利指标走势图

图表：部分企业负债情况图

图表：部分企业负债指标走势图

图表：部分企业运营能力指标走势图

图表：部分企业成长能力指标走势图

图表：2013-2017年中国上游原料供应预测及市场预测走势

图表：2013-2017年中国客车下游需求行业发展趋势图

图表：2013-2017年中国客车行业产能预测数据

图表：2013-2017年中国客车进出口形势展望预测表

图表：2013-2017年中国客车市场消费需求状况预测走势图

图表：2013-2017年中国经济效益预测趋势图

图表：2013-2017年中国客车行业发展趋势预测表

图表：略.....

通过《2013-2017年中国客车市场专项调研及投资方向研究》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/133240.html>