

2013-2017年中国客车市场 运行态势及投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2013-2017年中国客车市场运行态势及投资战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201303/15-125584.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

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。

中国产业研究报告网发布的《2013-2017年中国客车市场运行态势及投资战略咨询报告》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年中国客车市场运行态势及投资战略咨询报告》，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：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201303/15-125584.html>