

中国客车行业营销模式与前景发展策略分析报告2024-2030年

产品名称	中国客车行业营销模式与前景发展策略分析报告 2024-2030年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国客车行业营销模式与前景发展策略分析报告2024-2030年【报告编号】：424493【出版时间】：2024年4月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
免费售后服务一年，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

——综述篇——第1章：客车行业综述及数据来源说明1.1 客车行业界定1.1.1 客车的概念与定义1.1.2 客车所处行业1.1.3 客车术语与辨析1、客车专业术语2、客车概念辨析1.2 客车行业分类1.3 本报告研究范围界定说明1.4 客车行业市场监管&标准体系1.4.1 客车行业监管体系及机构职能（主管部门&行业协会&自律组织）1.4.2 客车行业标准体系及建设进程（国家/地方/行业/团体/企业标准）1、客车行业标准体系框架2、客车行业现行&即将实施标准汇总3、客车行业重点标准及其影响解读1.5 本报告数据来源及统计标准说明1.5.1 本报告quanwei数据来源1.5.2 本报告研究方法 & 统计标准说明——现状篇——第2章：全球客车行业发展现状及趋势洞察2.1 全球客车行业标准体系&技术进展2.2 全球客车行业发展历程&产品演进2.3 全球客车行业市场发展现状及竞争格局2.3.1 全球客车行业市场发展现状2.3.2 全球客车行业市场竞争格局2.3.3 全球客车行业区域发展格局2.3.4 美国客车行业发展状况分析1、美国汽车销量分析2、美国汽车市场主要营销模式3、美国的品牌专卖店情况2.3.5 日本客车行业发展状况分析1、日本汽车销量分析2、日本客车市场结构分析3、日本汽车市场营销模式现状4、日本汽车营销模式特点2.3.6 德国客车行业发展状况分析1、德国汽车营销模式2、德国客车注册量分析2.3.7 英国客车行业发展状况分析1、英国汽车销量分析2、英国汽车行业营销模式2.4 全球客车行业市场规模体量及前景预判2.4.1 全球客车行业市场规模体量2.4.2 全球客车行业市场前景预测（未来5年预测）2.4.3 全球客车行业发展趋势洞悉2.5 全球客车行业发展经验总结和有益借鉴第3章：中国客车行业发展现状及市场痛点3.1 中国客车行业发展历程3.2 中国客车行业技术进展3.2.1 客车行业科研投入（力度及强度）3.2.2 客车行业科研创新（专利与转化）3.2.3 客车行业关键技术（现状与突破）3.3 中国客车行业对外贸易状况3.4 中国客车行业市场主体3.4.1 客车行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体）3.4.2

客车行业企业入场方式（自建/并购/战略合作等）3.4.3 客车行业市场主体数量3.5
中国客车行业招标投标市场解读3.5.1 客车行业招投标信息汇总3.5.2 客车行业招投标数据解读3.6
中国客车行业市场供给分析（新品&产量）3.6.1 车企新品上市情况3.6.2 客车生产情况3.7
中国客车行业市场需求分析3.7.1
客车市场需求现状分析（销量）1、年度销量走势2、月度销量走势3、主要车企客车销量3.7.2
客车市场供需平衡状况3.7.3 客车市场行情走势分析3.8 中国客车行业市场规模体量3.9
中国客车行业市场发展痛点第4章：中国客车行业市场竞争及投资并购4.1
中国客车行业市场竞争布局状况4.1.1 中国客车行业竞争者入场进程4.1.2
中国客车行业竞争者省市分布热力图4.1.3 中国客车行业竞争者战略布局状况4.2
中国客车行业市场竞争格局分析4.2.1 中国客车行业企业竞争集群分布4.2.2
中国客车行业企业竞争格局分析4.2.3 中国客车行业市场集中度分析4.3
中国客车全球市场竞争力&企业全球化布局4.4 中国客车行业波特五力模型分析4.4.1
中国客车行业供应商的议价能力4.4.2 中国客车行业消费者的议价能力4.4.3
中国客车行业新进入者威胁4.4.4 中国客车行业替代品威胁4.4.5 中国客车行业现有企业竞争4.4.6
中国客车行业竞争状态总结4.5 中国客车行业投融资&并购重组&上市情况4.5.1 中国客车行业投融资状况1
、中国客车行业投融资概述（资金来源及投融资主体）2、中国客车行业投融资汇总3、中国客车行业投
融资规模4、中国客车行业投融资解读（热门领域/融资轮次/对外投资等）4、中国客车行业投融资趋势4.
5.2 中国客车行业兼并与重组1、中国客车行业兼并与重组汇总2、中国客车行业兼并与重组方式3、中国
客车行业兼并与重组案例4、中国客车行业兼并与重组趋势4.5.3
中国客车行业IPO动态（已上市、申请&被否情况）第5章：客车产业链全景及配套产业发展5.1
客车产业链结构梳理5.2 客车产业链生态图谱5.3 客车产业链区域热力图5.4 客车行业成本结构拆解5.5
客车原材料市场分析5.5.1 客车原材料概述5.5.2 传统材料5.5.3 新材料5.5.4 客车原材料发展趋势5.6
客车零部件市场分析5.6.1 客车零部件概述5.6.2 客车零部件市场简析1、汽车发动机市场分析2、汽车变速
箱市场分析3、汽车空调市场分析4、汽车座椅市场分析5.6.3 客车零部件发展趋势5.7
客车细分市场：客车底盘5.7.1 客车底盘概述5.7.2 客车底盘市场简析5.7.3 客车底盘发展趋势5.8
配套产业布局对客车行业的影响总结第6章：中国客车行业细分产品市场分析6.1
中国客车行业细分市场概况6.2 客车细分市场：大型客车6.2.1 大型客车概述6.2.2
大型客车市场简析1、大型客车销量（年度）2、大型客车销量（月度）3、大型客车主要企业销量6.2.3
大型客车发展趋势6.3 客车细分市场：中型客车6.3.1 中型客车概述6.3.2
中型客车市场简析1、中型客车销量（年度）2、中型客车销量（月度）3、中型客车主要企业销量6.3.3
中型客车发展趋势6.4 客车细分市场：轻型客车（轻客）6.4.1 轻型客车（轻客）概述6.4.2
轻型客车（轻客）市场简析1、轻客销量（年度）2、轻客销量（月度）3、轻客主要企业销量6.4.3
轻型客车（轻客）发展趋势6.5 客车细分市场：新能源客车6.5.1 新能源客车的主要类型分析6.5.2
中国新能源客车的主要产品1、混合动力客车2、纯电动客车3、燃料电池客车产品6.5.3
新能源客车技术路线发展分析1、国外新能源客车典型技术路线2、国内新能源客车典型技术路线6.5.4
新能源客车销量（年度&月度）6.5.5 新能源客车企业销量6.6
中国客车行业细分市场战略地位分析第7章：中国客车市场营销及区域市场7.1
客车企业的市场营销策略分析7.1.1 客车企业的产品策略分析1、多品种产品开发2、产品设计多样化3、结
合政策研发产品4、发挥自身优势选择产品7.1.2
客车企业的营销渠道分析1、大中客车产品营销渠道2、轻型和微型客车产品营销渠道7.1.3
客车企业的价格策略分析1、价格策略影响因素2、价格策略建议7.1.4
客车企业的促销策略分析1、人员推销手段2、广告手段3、公共关系手段7.2
主要客车企业营销策略分析7.2.1 宇通客车营销策略分析1、产品策略+消费者策略（Product&Customer）2
、价格策略+成本策略（Price&Cost）3、促销策略+沟通策略（Promotion&Communication）4、销售渠道
策略+便利策略（Place&Convenience）7.2.2
金龙客车营销策略分析1、市场挑战2、市场防御3、细分市场7.2.3 黄海客车营销策略分析7.2.4
申龙客车营销策略分析7.3 中国客车行业31省市发展格局分析7.4
中国客车行业31省市竞争力评价及战略地位分析7.4.1 中国客车行业31省市竞争力评价7.4.2
中国客车行业31省市战略地位分析7.5 中国客车产业重点区域市场分析7.5.1 广东客车行业发展状况1、客
车行业发展环境2、客车行业发展现状3、客车行业竞争状况4、客车行业发展趋势7.5.2 江苏客车行业发展
状况1、客车行业发展环境2、客车行业发展现状3、客车行业竞争状况4、客车行业发展趋势7.5.3 上海客

车行业发展状况1、客车行业发展环境2、客车行业发展现状3、客车行业竞争状况4、客车行业发展趋势

第8章：中国客车企业布局案例解析8.1 中国客车主要企业布局梳理8.2 中国客车主要企业布局案例分析（不分先后，可定制）8.2.1 江铃汽车股份有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.2 重庆长安汽车股份有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.3 上汽大通汽车有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.4 北汽福田汽车股份有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.5 厦门金龙汽车集团股份有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.6 南京依维柯汽车有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.7 厦门金龙旅行车有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.8 安徽江淮汽车集团股份有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.9 东风汽车集团有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势8.2.10 宇通客车股份有限公司1、企业发展历程&基本信息2、企业业务架构&经营情况3、企业客车业务布局详情4、企业客车销售情况及市场竞争力5、企业客车主要客户及应用6、企业客车业务布局战略&优劣势——展望篇——

第9章：中国客车行业发展环境洞察&SWOT分析9.1 中国客车行业经济（Economy）环境分析9.1.1 中国宏观经济发展现状9.1.2 中国宏观经济发展展望9.1.3 中国客车行业发展与宏观经济相关性分析9.2 中国客车行业社会（Society）环境分析9.2.1 中国客车行业社会环境分析9.2.2 社会环境对客车行业发展的影响总结9.3 中国客车行业政策（Policy）环境分析9.3.1 国家层面客车行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）1、国家层面客车行业政策汇总及解读2、国家层面客车行业规划汇总及解读9.3.2 31省市客车行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）1、31省市客车行业政策规划汇总2、31省市客车行业发展目标解读9.3.3 国家重点规划/政策对客车行业发展的影响9.3.4 政策环境对客车行业发展的影响总结9.4 中国客车行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）

第10章：中国客车行业市场前景及发展趋势分析10.1 中国客车行业发展潜力评估10.2 中国客车行业未来关键增长点分析10.3 中国客车行业发展前景预测（未来5年预测）10.4 中国客车行业发展趋势预判

第11章：中国客车行业投资战略规划策略及建议11.1 中国客车行业进入与退出壁垒11.1.1 客车行业进入壁垒分析11.1.2 客车行业退出壁垒分析11.2 中国客车行业投资风险预警11.3 中国客车行业投资机会分析11.3.1 客车产业链薄弱环节投资机会11.3.2 客车行业细分领域投资机会11.3.3 客车行业区域市场投资机会11.3.4 客车产业空白点投资机会11.4 中国客车行业投资价值评估11.5 中国客车行业投资策略与建议

图表目录

图表1：客车的概念与定义

图表2：本报告研究领域所处行业

图表3：客车专业术语

图表4：客车概念辨析

图表5：客车行业分类

图表6：客车按车长分类（单位：米）

图表7：客车按用途分类

图表8：本报告研究范围界定

图表9：中国客车行业监管体系结构图

图表10：中国客车行业主管部门&行业协会&自律组织机构职能

图表11：客车行业标准体系框架&建设进程（国家/地方/行业/团体/企业标准）

图表12：中国客车行业现行&即将实施标准汇总

图表13：中国客车行业重点标准及其影响解读

图表14：本报告quanwei数据资料来源汇总

图表15：本报告的主要研究方法&统计标准说明

图表16：全球客车行业标准体系&技术进展

图表17：全球客车行业发展历程&产品演进

图表18：全球客车行业兼并重组状况

图表19：全球客车行业市场竞争格局

图表20：全球客车行业市场发展现状

图表21：全球客车行业区域发展格局

图表22：全球客车行业重点区域市场分析

图表23：美国汽车销量及其增长速度（单位：万辆，%）

图表24：美国汽车销售及售后服务行业运作模式分析

图表25：美国汽车市场三大营销模式

图表26：日本汽车销量及其增长速度（单位：万辆，%）

图表27：日本客车市场竞争格局（单位：%）

图表28：日本汽车销售及售后服务行业运作模式分析

图表29：欧洲汽车销售及售后服务行业运作模式分析

图表30：德国客车注册量变化情况（单位：辆）

图表31：英国汽车销量

(单位：万辆，%) 图表32：全球客车行业市场规模体量分析 图表33：全球客车行业市场前景预测（未来5年预测） 图表34：全球客车行业发展趋势洞悉 图表35：全球客车行业发展经验总结和有益借鉴 图表36：中国客车行业发展历程 图表37：客车行业科研投入状况（研发力度及强度） 图表38：客车行业科研投入（力度及强度） 图表39：客车行业科研创新（专利与转化） 图表40：客车行业关键技术（现状与发展） 图表41：客车行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体） 图表42：客车行业企业入场方式（自建/并购/战略合作等） 图表43：客车行业市场主体数量 图表44：客车注册/在业/存续企业 图表45：中国客车行业招投标市场解读 图表46：中国客车行业市场供给分析 图表47：中国客车行业市场需求分析 图表48：中国客车行业市场规模体量分析 图表49：中国客车行业市场发展痛点分析 图表50：中国客车行业竞争者入场进程 图表51：中国客车行业竞争者区域分布热力图 图表52：中国客车行业竞争者发展战略布局状况 图表53：中国客车行业企业战略集群状况 图表54：中国客车行业企业竞争格局分析 图表55：中国客车行业市场集中度分析 图表56：中国客车国产化率及企业国产替代布局现状 图表57：中国客车全球市场竞争力&企业全球化布局 图表58：中国客车行业供应商的议价能力 图表59：中国客车行业消费者的议价能力 图表60：中国客车行业新进入者威胁 图表61：中国客车行业替代品威胁 图表62：中国客车行业现有企业竞争 图表63：中国客车行业竞争状态总结 图表64：中国客车行业资金来源 图表65：中国客车行业投融资主体 图表66：中国客车行业投融资汇总 图表67：中国客车行业投融资规模 图表68：中国客车行业投融资解读 图表69：中国客车行业兼并与重组汇总 图表70：中国客车行业兼并与重组方式 图表71：中国客车行业兼并与重组案例 图表72：中国客车行业兼并与重组趋势 图表73：客车产业链结构梳理 图表74：客车产业链生态图谱 图表75：客车产业链区域热力图 图表76：客车行业成本结构拆解 图表77：客车行业价值链分析 图表78：客车原材料市场发展现状 图表79：客车零部件市场发展现状 图表80：中国汽车发动机产量变化情况（单位：万台，%） 图表81：中国汽车变速器市场格局（单位：%） 图表82：中国汽车空调行业产量（单位：万套） 图表83：中国汽车空调行业市场结构（按产值）（单位：%） 图表84：中国客车底盘市场简析 图表85：中国客车行业细分市场结构 图表86：中国大型客车销量变化情况（单位：辆） 图表87：中国中型客车销量变化情况（单位：辆） 图表88：中国中型客车市场简析 图表89：中国轻型客车销量变化情况（单位：辆） 图表90：中国轻型客车（轻客）市场简析 图表91：国内新能源客车典型技术路线 图表92：中国新能源客车市场简析 图表93：中国客车行业细分市场战略地位分析 图表94：中国客车行业31省市发展格局分析 图表95：中国客车行业31省市竞争力评价 图表96：中国客车行业31省市战略地位分析 图表97：中国客车主要企业布局梳理 图表98：江铃汽车股份有限公司发展历程 图表99：江铃汽车股份有限公司基本信息表 图表100：江铃汽车股份有限公司股权穿透图 图表101：江铃汽车股份有限公司业务架构&经营情况 图表102：江铃汽车股份有限公司客车业务布局详情 图表103：江铃汽车股份有限公司客车销售情况及市场竞争力 图表104：江铃汽车股份有限公司客车主要客户及应用 图表105：江铃汽车股份有限公司客车业务布局战略&优劣势 图表106：重庆长安汽车股份有限公司发展历程 图表107：重庆长安汽车股份有限公司基本信息表 图表108：重庆长安汽车股份有限公司股权穿透图 图表109：重庆长安汽车股份有限公司业务架构&经营情况 图表110：重庆长安汽车股份有限公司客车业务布局详情 图表111：重庆长安汽车股份有限公司客车销售情况及市场竞争力 图表112：重庆长安汽车股份有限公司客车主要客户及应用 图表113：重庆长安汽车股份有限公司客车业务布局战略&优劣势 图表114：上汽大通汽车有限公司发展历程 图表115：上汽大通汽车有限公司基本信息表 图表116：上汽大通汽车有限公司股权穿透图 图表117：上汽大通汽车有限公司业务架构&经营情况 图表118：上汽大通汽车有限公司客车业务布局详情 图表119：上汽大通汽车有限公司客车销售情况及市场竞争力 图表120：上汽大通汽车有限公司客车主要客户及应用