



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国客车行业市场发展市场分析 及发展趋势研究报告（2008 ）

一、调研说明

《中国客车行业市场发展市场分析及发展趋势研究报告（2008）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/38045.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，具有一定参考价值。

【 目 录 】

1.前言

1.1数据来源

1.2客车的定义及分类

1.2.1客车的定义

1.2.2客车的分析

1.3中国客车行业市场2007年影响因素分析

1.3.1市场需求因素分析

1.3.2技术引进与吸收因素分析

1.3.3资本结构因素分析

2.中国客车2007年产量分析

2.1中国客车2007年产量分析

2.1.1中国客车2007年产量及其增长分析

2.1.2中国客车2007年产量的全国汽车产量占比分析

2.1.3中国客车2007年产量的全国商用车产量占比分析

2.1.4中国客车2007年产量增长率与全国汽车产量增长率比较分析

2.1.5中国客车2007年产量增长率与全国商用车产量增长率比较分析

2.2中国客车按车型2007年产量分析

2.2.1中国客车按车型2007年产量总概

2.2.1.1中国客车按车型2007年产量及其增长分析

2.2.1.2中国客车按车型2007年产量占比分析

2.2.1.3中国客车按车型2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析

2.2.2中国大型客车2007年产量分析

2.2.2.1中国大型客车2007年产量及其增长分析

2.2.2.2中国大型客车2007年产量占比分析

2.2.2.3中国大型客车2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析

2.2.3中国中型客车2007年产量分析

2.2.3.1中国中型客车2007年产量及其增长分析

2.2.3.2中国中型客车2007年产量占比分析

2.2.3.3中国中型客车2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析

2.2.4中国轻型客车2007年产量分析

2.2.4.1中国轻型客车2007年产量及其增长分析

2.2.4.2中国轻型客车2007年产量占比分析

2.2.4.3中国轻型客车2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析

3.中国客车2007年销量分析

3.1中国客车2007年销量总概

3.1.1中国客车2007年销量及其增长分析

3.1.2中国客车2007年销量的全国汽车销量占比分析

3.1.3中国客车2007年销量的全国商用车销量占比分析

3.1.4中国客车2007年销量增长率与全国汽车销量增长率的比较分析

3.1.5中国客车2007年销量增长率与全国商用车销量增长率的比较分析

3.2中国客车2007年各季销量占比分析

3.3中国客车2007年按车型销量分析

3.3.1中国客车2007年按车型销量占比分析

3.3.2中国客车2007年按车型销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析

3.3.3中国大型客车2007年销量分析

3.3.3.1中国大型客车2007年销量及其增长分析

3.3.3.2中国大型客车2007年销量占比分析

3.3.3.3中国大型客车2007年销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

3.3.4中国中型客车2007年销量分析

3.3.4.1中国中型客车2007年销量及其增长分析

3.3.4.2中国中型客车2007年销量占比分析

3.3.4.3中国中型客车2007年销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

3.3.5中国轻型客车2007年销量分析

3.3.5.1中国轻型客车2007年销量及其增长分析

3.3.5.2中国轻型客车2007年销量占比分析

3.3.5.3中国轻型客车2007年销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

3.4中国客车2007年区域市场销售分析

3.4.1中国六大区域市场2007年销量总概

3.4.1.1中国六大区域市场2007年销量的全国销量占比分析

3.4.1.2中国六大区域市场2007年销量增长率的比较分析

3.4.2华东地区客车2007年销售分析

3.4.2.1华东地区客车2007年销量及其增长分析

3.4.2.2华东地区客车2007年销量的全国销量占比分析

3.4.2.3华东地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析

3.4.3中南地区客车2007年销售分析

3.4.3.1中南地区客车2007年销量及其增长分析

3.4.3.2中南地区客车2007年销量的全国销量占比分析

3.4.3.3中南地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析

3.4.4华北地区客车2007年销售分析

3.4.4.1华北地区客车2007年销量及其增长分析

3.4.4.2华北地区客车2007年销量的全国销量占比分析

3.4.4.3华北地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析

3.4.5东北地区客车2007年销售分析

3.4.5.1东北地区客车2007年销量及其增长分析

3.4.5.2东北地区客车2007年销量的全国销量占比分析

3.4.5.3东北地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析

3.4.6西南地区客车2007年销售分析

3.4.6.1西南地区客车2007年销量及其增长分析

3.4.6.2西南地区客车2007年销量的全国销量占比分析

3.4.6.3西南地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析

3.4.7西北地区客车2007年销售分析

3.4.7.1西北地区客车2007年销量及其增长分析

3.4.7.2西北地区客车2007年销量的全国销量占比分析

3.4.7.3西北地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析

4.中国客车2007年进出口分析

4.1中国客车2007年出口分析

4.1.1中国客车2007年出口量分析

4.1.1.1中国客车2007年出口量及其增长分析

4.1.1.2中国客车2007年出口量的商用车出口总量占比分析

4.1.1.3中国客车2007年出口量增长率的商用车出口总量增长率比较分析

4.1.2中国客车2007年出口金额分析

4.1.2.1中国客车2007年出口金额及其增长分析

4.1.2.2中国客车2007年出口金额的商用车出口金额占比分析

4.1.2.3中国客车2007年出口金额增长率的商用车出口金额增长率比较分析

4.2中国客车2007年进口分析

4.2.1中国客车2007年进口量分析

4.2.1.1中国客车2007年进口量增长率的商用车进口量增长率比较分析

4.2.1.2中国客车2007年进口量的商用车进口量占比分析

4.2.1.3中国客车2007年进口量及其增长分析

4.2.2中国客车2007年进口金额分析

4.2.2.1中国客车2007年进口金额及其增长分析

4.2.2.2中国客车2007年进口金额的商用车进口金额占比分析

4.2.2.3中国客车2007年进口金额增长率的商用车进口增长率比较分析

4.3中国汽油客车2007年出口分析

4.3.1中国10~20座汽油客车2007年出口量的商用车出口总量占比分析

4.3.2中国10~20座汽油客车2007年出口量的客车出口总量占比分析

4.4中国客车底盘2007年进出口分析

4.4.1中国客车底盘2007年出口分析

4.4.1.1中国30座以上客车底盘2007年出口量的汽车底盘出口总量占比分析

4.4.1.2中国车总重<14t的底盘和30座以上客车底盘2007年出口创汇比较分析

4.4.2中国客车底盘2007年进口口分析

4.4.2.1中国30座以上客车底盘2007年进口量的汽车底盘进口量占比分析

4.4.2.2中国10<座位<0非柴油客车2007年进口量的客车进口量占比分析

5.中国客车企业2007年发展分析

5.1中国2007年客车销量前十位企业分析

5.1.1中国2007年客车销量前十位企业销量比较分析

5.1.2中国2007年客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.3中国2007年客车销量前十位企业销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.4华晨金杯2007年客车销量分析

5.1.4.1华晨金杯2007年客车销量及其增长分析

5.1.4.2华晨金杯2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.4.3华晨金杯2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.4.4华晨金杯2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.5江铃2007年客车销量分析

5.1.5.1江铃2007年客车销量及其增长分析

5.1.5.2江铃2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.5.3江铃2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.5.4江铃2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.6宇通2007年客车销量分析

5.1.6.1宇通2007年客车销量及其增长分析

5.1.6.2宇通2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.6.3宇通2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.6.4宇通2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.7厦门金旅2007年客车销量分析

5.1.7.1厦门金旅2007年客车销量及其增长分析

5.1.7.2厦门金旅2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.7.3厦门金旅2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.7.4厦门金旅2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.8东南2007年客车销量分析

5.1.8.1东南2007年客车销量及其增长分析

5.1.8.2东南2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.8.3东南2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.8.4东南2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.9中顺2007年客车销量分析

5.1.9.1中顺2007年客车销量及其增长分析

5.1.9.2中顺2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.9.3中顺2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.9.4中顺2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.10北汽福田2007年客车销量分析

5.1.10.1北汽福田2007年客车销量及其增长分析

5.1.10.2北汽福田2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.10.3北汽福田2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.10.4北汽福田2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.11金龙联合（苏州）2007年客车销量分析

5.1.11.1金龙联合（苏州）2007年客车销量及其增长分析

5.1.11.2金龙联合（苏州）2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.11.3金龙联合（苏州）2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.11.4金龙联合（苏州）2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.1.12四川一汽丰田2007年客车销量分析

5.1.12.10000四川一汽丰田2007年客车销量及其增长分析

5.1.12.2四川一汽丰田2007年客车销量的全国客车销量占比分析

5.1.12.3四川一汽丰田2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析

5.1.12.4四川一汽丰田2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析

5.2宇通客车2007年发展分析

5.2.1宇通客车2007年营业收入及利润分析

5.2.1.1宇通客车2007年营业收入及其增长分析

5.2.1.2宇通客车2007年营利润及其增长分析

5.2.2宇通客车2007年产销及出口量分析

6.结论

【图表索引】

图1：中国客车2007年产量及其增长分析图

图2：中国客车2007年产量的全国汽车产量占比分析图

图3：中国客车2007年产量的全国商用车产量占比分析图

图4：中国客车2007年产量增长率与全国汽车产量增长率比较分析图

图5：中国客车2007年产量增长率与全国商用车产量增长率比较分析图

图6：中国客车按车型2007年产量及其增长分析图

图7：中国客车按车型2007年产量占比分析图

图8：中国客车按车型2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析图

图9：中国大型客车2007年产量及其增长分析图

图10：中国大型客车2007年产量占比分析图

图11：中国大型客车2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析图

图12：中国中型客车2007年产量及其增长分析图

图13：中国中型客车2007年产量占比分析图

图14：中国中型客车2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析图

图15：中国轻型客车2007年产量及其增长分析图

图16：中国轻型客车2007年产量占比分析图

图17：中国轻型客车2007年产量增长率与全国客车产量增长率比较分析图

图18：中国客车2007年销量及其增长分析图

图19：中国客车2007年销量的全国汽车销量占比分析图

图20：中国客车2007年销量的全国商用车销量占比分析图

图21：中国客车2007年销量增长率与全国汽车销量增长率的比较分析图

图22：中国客车2007年销量增长率与全国商用车销量增长率的比较分析图

图23：中国客车2007年各季销量占比分析图

图24：中国客车2007年按车型销量占比分析图

图25：中国客车2007年按车型销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析图

图26：中国大型客车2007年销量及其增长分析图

图27：中国大型客车2007年销量占比分析图

图28：中国大型客车2007年销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图29：中国中型客车2007年销量及其增长分析图

图30：中国中型客车2007年销量占比分析图

图31：中国中型客车2007年销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图32：中国轻型客车2007年销量及其增长分析图

图33：中国轻型客车2007年销量占比分析图

图34：中国轻型客车2007年销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图35：中国六大区域市场2007年销量的全国销量占比分析图

图36：中国六大区域市场2007年销量增长率的比较分析图

图37：华东地区客车2007年销售分析图

图38：华东地区客车2007年销量及其增长分析图

图39：华东地区客车2007年销量的全国销量占比分析图

图40：华东地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析图

图41：中南地区客车2007年销售分析图

图42：中南地区客车2007年销量及其增长分析图

图43：中南地区客车2007年销量的全国销量占比分析图

图44：中南地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析图

图45：华北地区客车2007年销售分析图

图46：华北地区客车2007年销量及其增长分析图

图47：华北地区客车2007年销量的全国销量占比分析图

图48：华北地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析图

图49：东北地区客车2007年销售分析图

图50：东北地区客车2007年销量及其增长分析图

图51：东北地区客车2007年销量的全国销量占比分析图

图52：东北地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析图

图53：西南地区客车2007年销售分析图

图54：西南地区客车2007年销量及其增长分析图

图55：西南地区客车2007年销量的全国销量占比分析图

图56：西南地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析图

图57：西北地区客车2007年销售分析图

图58：西北地区客车2007年销量及其增长分析图

图59：西北地区客车2007年销量的全国销量占比分析图

图60：西北地区客车2007年销量增长率与全国客车销量增长率的比较分析图

图61：中国客车2007年出口量及其增长分析图

图62：中国客车2007年出口量的商用车出口总量占比分析图

图63：中国客车2007年出口量增长率的商用车出口总量增长率比较分析图

图64：中国客车2007年出口金额及其增长分析图

图65：中国客车2007年出口金额的商用车出口金额占比分析图

图66：中国客车2007年出口金额增长率的商用车出口金额增长率比较分析图

图67：中国客车2007年进口量增长率的商用车进口量增长率比较分析图

图68：中国客车2007年进口量的商用车进口量占比分析图

图69：中国客车2007年进口量及其增长分析图

图70：中国客车2007年进口金额及其增长分析图

图71：中国客车2007年进口金额的商用车进口金额占比分析图

图72：中国客车2007年进口金额增长率的商用车进口增长率比较分析图

图73：中国10～20图：座汽油客车2007年出口量的商用车出口总量占比分析图

图74：中国10～20图：座汽油客车2007年出口量的客车出口总量占比分析图

图75：中国30座以上客车底盘2007年出口量的汽车底盘出口总量占比分析图

图76：中国车总重<14t的底盘和30座以上客车底盘2007年出口创汇比较分析图

图77：中国30座以上客车底盘2007年进口量的汽车底盘进口量占比分析图

图78：中国10<座位<0非柴油客车2007年进口量的客车进口量占比分析图

图79：中国2007年客车销量前十位企业销量比较分析图

图80：中国2007年客车销量前十位企业销量占比分析图

图81：中国2007年客车销量前十位企业销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图82：华晨金杯2007年客车销量及其增长分析图

图83：华晨金杯2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图84：华晨金杯2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图85：华晨金杯2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图86：江铃2007年客车销量及其增长分析图

图87：江铃2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图88：江铃2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图89：江铃2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图90：宇通2007年客车销量及其增长分析图

图91：宇通2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图92：宇通2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图93：宇通2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图94：厦门金旅2007年客车销量及其增长分析图

图95：厦门金旅2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图96：厦门金旅2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图97：厦门金旅2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图98：东南2007年客车销量及其增长分析图

图99：东南2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图100：东南2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图101：东南2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图102：中顺2007年客车销量及其增长分析图

图103：中顺2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图104：中顺2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图105：中顺2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图106：北汽福田2007年客车销量及其增长分析图

图107：北汽福田2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图108：北汽福田2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图109：北汽福田2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图110：金龙联合（苏州）2007年客车销量及其增长分析图

图111：金龙联合（苏州）2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图112：金龙联合（苏州）2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图113：金龙联合（苏州）2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图114：四川一汽丰田2007年客车销量及其增长分析图

图115：四川一汽丰田2007年客车销量的全国客车销量占比分析图

图116：四川一汽丰田2007年客车销量的全国客车销量前十位企业销量占比分析图

图117：四川一汽丰田2007年客车销量增长率与与全国客车销量增长率的比较分析图

图118：宇通客车2007年营业收入及其增长分析图

图119：宇通客车2007年营利润及其增长分析图

表1：宇通客车2007年产销及出口量分析表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38045.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。