

2020年中国旅游客车市场调研报告- 市场现状调查与未来商机预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国旅游客车市场调研报告-市场现状调查与未来商机预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/526467526467.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

旅游客车是客车的一种，主要是为旅游而设计和装备的客车，有较高的乘坐舒适性。旅游客车是一种小型客车，座位数不超过17个。根据其外观形状，中国俗称“面包车”。

进入2019年以来，我国旅游客车销量整体有所回升。根据数据统计，2019年1-12月份累计销售5米以上旅游客车(含商旅类轻客及各类客车)33233辆，同比增长3.85%。

2013-2019年我国旅游客车市场销量情况

数据来源：公开数据整理

具体到旅游客车销售渠道来看，我国旅游客车需求市场主要集中在旅游公司以及客运公司。有数据显示，2019年，在我国旅游客车销售市场中，销往旅游公司的旅游客车数量为20604辆，占总销量的61.99%，其次是销往客运公司的旅游客车，销量为7644辆，占总销售的23.0%。

2019年我国旅游客车销售渠道分布情况

数据来源：公开数据整理

随着我国旅游客车市场的不断发展，相关企业也在不断布局。到目前在我国旅游客车市场，主要有郑州宇通集团有限公司、厦门金龙旅行车有限公司、中国扬子集团滁州客车制造有限公司、成都客车股份有限公司、江西博能上饶客车有限公司、哈尔滨龙江客车制造有限公司等一批优秀的企业。

部分旅游客车相关企业概况

品牌

企业名称

概况

宇通客车

郑州宇通集团有限公司

郑州宇通客车股份有限公司（简称“宇通客车”）是一家集客车产品研发、制造与销售为一体的大型现代化制造企业。主厂区位于河南省郑州市宇通工业园，占地面积1700亩，日产整车达325台以上。拥有底盘车架电泳、车身电泳、机器人喷涂等国际先进的客车电泳涂装生产线，是目前世界单厂规模最大、工艺技术条件最先进的大中型客车生产基地。

金旅客车

厦门金龙旅行车有限公司

成立于1992年，金龙汽车集团旗下，专注于客车制造，集大/中/轻型客车整车研发、制造和销售为一体的大型现代化企业

扬子客车

中国扬子集团滁州客车制造有限公司

公司主要产品有6至12米城市公交车、团体旅游车、长途运营客车、校车4大系列近百个品

种。公司在立足客车制造主业的基础上，进一步延伸产品的产业链，先后成功的收购了邵阳公交、北海公汽等数家公交公司，组建了扬子巴士有限公司。

蜀都客车

成都客车股份有限公司

近年来，伴随着国家优先发展城市公共交通、城乡一体化，以及西部大开发战略的深入实施，经过坚持不懈的努力，公司取得了发展，已成为四川及中西部地区具有明显区域优势的大中型客车生产企业。

上饶客车

江西博能上饶客车有限公司

是迄今为止国内较大的客车联合厂房，拥有冲压、焊装、涂装、总装等生产线和检测线，具备年产传统客车、校车4000辆及新能源客车2000辆的生产能力。产品涵盖5-12米，普、中、高级的校车、团体旅游、公交、客运、新能源和特种车六大系列50多个品种。

龙江客车

哈尔滨龙江客车制造有限公司

通过重组整合，目前公司主营产品包含：新能源客车、公共客车、团体客车、旅游房车、城市专用物流车等五大系列。公司已具备完善的整车开发技术、国内的新能源整车控制系统开发能力。

大宇客车

桂林大宇客车有限公司

桂林大宇客车有限公司，由桂林客车工业集团与韩国大宇客车株式会社共同出资于1994年创建。公司始终坚持“求真务实，开拓创新”的企业精神，伴随着中国高速客运的辉煌发展，桂林大宇客车逐渐成长壮大起来，经过20年的艰苦努力、团结奋斗，现已成为拥有资产6.5亿元的大型整车（客车）制造企业，也是交通部客车生产企业

比亚迪客车

比亚迪汽车工业有限公司

比亚迪商用车以“打造一流的品牌、一流的产品”为愿景，立志振兴民族汽车工业。秉承“技术为王、创新为本”的企业发展理念，结合强大的铁电池技术、整车研发能力和产业垂直整合能力，持续引导球新能源商用车产业变革，并奠定了世界新能源商用车地位。

KINGLONG金龙

无锡金龙石化冶金设备制造有限公司

公司总部三个生产基地，年产客车能力达5万辆，产品涵盖从4.8米到18米各型客车，广泛应用于客运、旅游、团体、公交和专用车等领域。

少林客车

河南少林客车股份有限公司

河南少林客车股份有限公司创建于1983年，1997年改制为股份制企业，厂区总占地面积70

万m²，建筑面积20万m²，主要从事客车产品及零部件制造、销售、服务和进出口等业务，现已发展成为专业化自主研发、规模化生产、自动化检测的中国骨干客车制造企业，拥有大中型公路客车、城市客车、专用校车、新能源汽车、厢式运输车、旅居车及客车底盘等系列产品平台，年产能20000台以上。资料来源：公开资料整理

发展到目前，我国旅游客车市场上有着较高的集中度。有数据显示，在2019年，我国旅游客车前五企业市场份额占比基本维持在70%以上。其中宇通客车稳居中国旅游客车市场销售冠军，占比达到了31%。

2019年中国旅游客车竞争格局

数据来源：公开数据整理（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国旅游客车市场调研报告-市场现状调查与未来商机预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国旅游客车行业发展概述

第一节 旅游客车行业发展情况概述

- 一、旅游客车行业相关定义
- 二、旅游客车行业基本情况介绍
- 三、旅游客车行业发展特点分析

第二节 中国旅游客车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、旅游客车行业产业链条分析
- 三、中国旅游客车行业上游环节分析
- 四、中国旅游客车行业下游环节分析

第三节 中国旅游客车行业生命周期分析

- 一、旅游客车行业生命周期理论概述
- 二、旅游客车行业所属的生命周期分析

第四节 旅游客车行业经济指标分析

- 一、旅游客车行业的赢利性分析
- 二、旅游客车行业的经济周期分析
- 三、旅游客车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国旅游客车行业进入壁垒分析

- 一、旅游客车行业资金壁垒分析
- 二、旅游客车行业技术壁垒分析
- 三、旅游客车行业人才壁垒分析
- 四、旅游客车行业品牌壁垒分析
- 五、旅游客车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球旅游客车行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游客车行业发展历程回顾

第二节 全球旅游客车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲旅游客车行业地区市场分析

- 一、亚洲旅游客车行业市场现状分析
- 二、亚洲旅游客车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲旅游客车行业市场前景分析

第四节 北美旅游客车行业地区市场分析

- 一、北美旅游客车行业市场现状分析
- 二、北美旅游客车行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅游客车行业市场前景分析

第五节 欧盟旅游客车行业地区市场分析

- 一、欧盟旅游客车行业市场现状分析
- 二、欧盟旅游客车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟旅游客车行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界旅游客车行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球旅游客车行业市场规模预测

第三章 中国旅游客车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品旅游客车总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国旅游客车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国旅游客车产业社会环境发展分析

- 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、消费观念分析

第四章 中国旅游客车行业运行情况

第一节 中国旅游客车行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析
- 四、行业发展动态

第二节 中国旅游客车行业市场规模分析

第三节 中国旅游客车行业供应情况分析

第四节 中国旅游客车行业需求情况分析

第五节 中国旅游客车行业供需平衡分析

第六节 中国旅游客车行业发展趋势分析

第五章 中国旅游客车所属行业运行数据监测

第一节 中国旅游客车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国旅游客车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国旅游客车所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国旅游客车市场格局分析

第一节 中国旅游客车行业竞争现状分析

一、中国旅游客车行业竞争情况分析

二、中国旅游客车行业主要品牌分析

第二节 中国旅游客车行业集中度分析

一、中国旅游客车行业市场集中度分析

二、中国旅游客车行业企业集中度分析

第三节 中国旅游客车行业存在的问题

第四节 中国旅游客车行业解决问题的策略分析

第五节 中国旅游客车行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国旅游客车行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国旅游客车行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国旅游客车行业消费者基本情况
- 第二节 中国旅游客车行业消费者属性及偏好调查
- 第三节 旅游客车行业成本分析
- 第四节 旅游客车行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、其他因素
- 第五节 中国旅游客车行业价格现状分析
- 第六节 中国旅游客车行业平均价格走势预测
 - 一、中国旅游客车行业价格影响因素
 - 二、中国旅游客车行业平均价格走势预测
 - 三、中国旅游客车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国旅游客车行业区域市场现状分析

- 第一节 中国旅游客车行业区域市场规模分布
- 第二节 中国华东地区旅游客车市场分析
 - 一、华东地区概述
 - 二、华东地区经济环境分析
 - 三、华东地区旅游客车市场规模分析
 - 四、华东地区旅游客车市场规模预测
- 第三节 华北地区市场分析
 - 一、华北地区概述
 - 二、华北地区经济环境分析
 - 三、华北地区旅游客车市场规模分析
 - 四、华北地区旅游客车市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区旅游客车市场规模分析
 - 四、华南地区旅游客车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国旅游客车行业竞争情况

第一节 中国旅游客车行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国旅游客车行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国旅游客车行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 旅游客车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国旅游客车行业发展前景分析与预测

第一节 中国旅游客车行业未来发展前景分析

一、旅游客车行业国内投资环境分析

二、中国旅游客车行业市场机会分析

三、中国旅游客车行业投资增速预测

第二节 中国旅游客车行业未来发展趋势预测

第三节 中国旅游客车行业市场发展预测

一、中国旅游客车行业市场规模预测

二、中国旅游客车行业市场规模增速预测

三、中国旅游客车行业产值规模预测

四、中国旅游客车行业产值增速预测

五、中国旅游客车行业供需情况预测

第四节 中国旅游客车行业盈利走势预测

一、中国旅游客车行业毛利润同比增速预测

二、中国旅游客车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国旅游客车行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 旅游客车产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 旅游客车行业投资风险分析

一、旅游客车行业政策风险分析

二、旅游客车行业技术风险分析

三、旅游客车行业竞争风险

四、旅游客车行业其他风险分析

第三节 旅游客车行业企业经营发展分析及建议

一、旅游客车行业经营模式

二、旅游客车行业销售模式

三、旅游客车行业创新方向

第四节 旅游客车行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国旅游客车行业发展战略及规划建议

第一节 中国旅游客车行业品牌战略分析

- 一、旅游客车企业品牌的重要性
- 二、旅游客车企业实施品牌战略的意义
- 三、旅游客车企业品牌的现状分析
- 四、旅游客车企业的品牌战略
- 五、旅游客车品牌战略管理的策略

第二节 中国旅游客车行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国旅游客车行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国旅游客车行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅游客车行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国旅游客车行业定价策略分析

第三节 中国旅游客车行业营销渠道策略

- 一、旅游客车行业渠道选择策略
- 二、旅游客车行业营销策略

第四节 中国旅游客车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅游客车行业重点投资区域分析

二、中国旅游客车行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/526467526467.html>