

2006年-2007年中国客车行业兼并（并购）重组决策分析研究报告

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《2006年-2007年中国客车行业兼并（并购）重组决策分析研究报告》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/xiantiyongpin/2987429874.html>

报告价格：电子版: 9600元 纸介版：11800元 电子和纸介版: 12200

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

报告目录报告完全是PPT版本，包括电子版和彩色印刷版研究方法对行业协会以及行业主管单位的高层领导进行高层访谈；企业调研对象为企业董事会，市场总监，生产主管，财务主管，战略合作主管等；对行业40家重点企业进行实地数据调研；对行业150家具备兼并重组投资价值的企业进行实地调研；对行业中的产业集群进行实地调研走访得到区域性结论；摘要1. 中国客车行业发展现状以及兼并重组背景分析从2006年客车行业整体表现看，全年销售总量、细分市场份额均呈现不同程度的增长，并且增长速度也超越前两年。从客车企业表现看，大、中型客车企业正在逐步走向良性发展轨道，无论对于政策、国内销售还是国外出口的把握都更加理性。上到企业决策者下到市场营销人员的经营理念都在日益成熟，企业的发展目标也从原来盲目抢占市场份额的求量，转向目前“有所为，有所不为”求质的可持续发展。同2007年国民经济发展目标一样，中国客车行业正在走向“又好又快”。2006年客车行业整体发展平稳且增长态势良好。虽然目前行业全年数据尚未公布，但据中国汽车工业协会行业信息部统计的数据来看，2006年1~11月，大型客车生产3.87万辆，同比增长12.58%，中型客车生产5.78万辆，同比增长15.44%；1~11月，大型客车销售3.79万辆，同比增长11.56%；中型客车销售5.74万辆，同比增长15.65%；加之去年12月份恰逢春运购车时期，历来都属于销售高峰，从目前企业了解的情况看，销售数量可观，这也会对客车行业全年的增长起到极大的刺激作用。因此，2006年全年相比2005年、2004年都会有所增长，但增幅比例不会很大，属于平稳型增长。2. 中国客车行业兼并重组动机客车行业经过这些年的结构调整，目前市场需求已经达到一定的平台。在同一个平台下的各个客车企业如果想自身有更大发展，就要具备更强的竞争实力，这就要求企业自身加强内部管理，从企业人才管理、技术创新、销售等一系列调整入手，才能确保其行业地位 and 市场份额。从目前行业排名靠前的企业来看，近些年的发展都是由于注重了企业管理，从而在销售上取得了良好的销售业绩。但值得注意的一点是，由于客车行业进入门槛低，各企业竞争激烈，有一些企业销售仍以销售提量作为前提，忽视了产品利润，这种竞争非常不利于行业的发展，应以家电行业狂打降价牌为鉴，确保整个行业的良性发展。综观整个市场，由于进入门槛很低，客车市场上呈现出混战的景象。世纪分析认为，行业发生兼并重组的原因主要有以下几点：一，客车的未来市场空间广阔，吸引了一些跨行业的大集团、大企业开始关注行业发展，组织人力、财力投入研究、开发客车市场。这些新进入者为了能够快速进入市场，会凭借其资金、管理等方面优势尝试对业内企业的收购重组。二，客车行业尽管发展空间越来越大，但业内的竞争也很激烈。无论是厂家还是商家都面临激烈的品牌竞争局面。为数众多的小品牌市场空间越来越小，随着客车品牌化价值的显现，优势企业会利用自身实力兼并收购那些面临困境的中小企业。3. 中国电动自行车行业兼并重组趋势分析从2006年企业发展速度来看，几大企业的实力不容小觑。2006年对于厦门金龙而言，可谓是“龙腾之年”，据世纪统计，2006年大金龙累计实现生产客车10037辆，销售9946辆，销售额达到3.77亿元，同比上年分别增长26.6%、

29.7%和29.8%，不仅数量上有大幅增长，单车销售额也在提高；苏州金龙全年实现销量13345辆，同比增长31.09%，销售额35.02亿元，同比增长32.83%；而2006年对于宇通而言，更是个不平凡的一年，以客车销售为主要业务的宇通集团首次实现全年营业额突破百亿元大关，达到101.398亿元，而客车销售数量在行业内也有更大突破。从2006年客车各用途销售情况看，旅游和公交市场表现突出。据世纪咨询数据来看，旅游客车增幅明显，2006年旅游客车销售1.66万辆，同比增长15.22%。公交客车销售也表现突出，有数据显示，1~11月，公交客车相比上年同期，销售上升32%。从2006年客车长度区间销售情况看，7~8米仍然是销量最大的产品，且有上扬的趋势；9~11米增幅也比较大，这部分市场增长主要是公交车销量支持的结果；12米以上的产品销量增幅最大，主要是部分城市对于13.7米公交客车和BRT客车需求的结果。从行业目前发展情况来看，世纪分析认为未来行业重组主要有以下趋势：一、强强联合。优势企业合并，一方面可以集中同类企业的研发优势、人才优势以及资金优势，在产品的经营、设计、开发、销售等方面赢得整合资源优势，实现优势互补，达到规模经济；另一方面，通过企业间的整合发展，行业企业可以最大限度地降低内耗，全面调整自身的经营方针和政策，提高品牌的竞争能力和市场占有率。随着国内外市场的竞争加剧，客车行业的资源整合将再掀高潮。二、中外合资。国内企业可以借助国外优势企业的资金、技术、品牌、管理等方面，从而提升自身竞争力，形成国际品牌。三、未来几年，企业之间的并购与重组也将进入新的阶段，同时不排除跨行业之间的整合以及上下游间收购合并等情况的出现。预计通过几年的竞争，将进一步拉大实力企业与中小厂商的差距，形成“马太效应”。客车企业要想在激烈的竞争中保持领先，则必须要把握好企业整体战略发展方向，不断提升企业的整体规模实力，突出企业技术，产品的核心竞争力。

目 录

第一章 客车产业特点及特性分析 - 8 -第一节 客车产业定义及分类 - 8 -第二节 客车产业投资特性分析 - 8 -第三节 客车产业结构分析 - 8 -第二章 2007年世界客车市场发展趋势预测 - 8 -第一节 世界汽车行业发展现状与特点 - 8 -第二节 2006年世界知名客车企业发展概况 - 9 -第三章 客车关联产业分析 - 9 -第一节 客运市场发展状况分析 - 9 -第二节 配套零部件行业分析 - 9 -第三节 2006年钢铁行业动态 - 9 -第四节 2006年能源石化行业动态 - 9 -第四章 中国经济环境对客车行业影响分析 - 10 -第一节 2007年中国经济环境分析及预测 - 10 -第二节 人口环境对客车消费的影响 - 10 -第三节 客户汽车消费心理的变化原因分析 - 10 -第五章 客车产业发展政策环境分析 - 10 -第一节 2005年汽车“新政”及其对客车行业影响分析 - 10 -第二节 重要法规政策对2006年客车市场的影响 - 10 -第六章 2006年中国客车市场发展预测 - 11 -第一节 2006年中国汽车行业总体运行状况 - 11 -第二节 2006年客车市场状况分析 - 11 -第三节 客车行业投资状况分析 - 11 -第四节 2007年中国客车市场需求预测 - 12 -第七章 不同车长细分客车市场分析及预测 - 12 -第一节 大型客车市场 - 12 -第二节 中型客车市场 - 12 -第三节 轻型客车市场 - 12 -第四节 微型客车市场 - 12 -第八章 不同档次客车市场分析及预测 - 12 -第一节 高档客车发展特点及趋势 - 12 -第二节

中低档客车市场分析	- 13	-第九章 不同功能客车市场分析及预测	- 13	-第一节
2007年公交客车市场分析及预测	- 13	-第二节 2007年商用客车市场周期分析及发展预测	- 13	-第十章 客车行业区域市场分析
- 13	-第一节 北京市客车行业状况	- 13	-第二节	
上海市客车行业状况	- 13	-第三节 吉林省客车行业状况	- 13	-第四节 广东省客车行业状况
- 13	-第十一章 2007年中国客车产品进出口分析及预测	- 14	-第一节 客车进口分析及预测	- 14
-第二节 客车出口分析及预测	- 14	-第三节 中国客车行业国际竞争力分析	- 14	-第十二章 客车产业竞争格局分析
- 14	-第一节 产业竞争格局分析	- 14	-第二节	
2007年客车行业竞争态势走向	- 15	-第十三章 细分市场状况分析	- 15	-第一节
大中型客车市场竞争分析	- 15	-第二节 轻客竞争风生水起	- 15	-第三节 微型客车战国纷争
- 16	-第十四章 客车市场销售渠道营销策略分析	- 16	-第一节 客车销售模式分析	- 16
-第二节				
2006年企业营销策略分析	- 16	-第十五章 客车行业上市公司分析	- 16	-第一节
东风汽车（股票代码：600006）	- 16	-第二节 江铃汽车（股票代码：000550）	- 17	-第三节 扬州亚星（股票代码：600213）
- 17	-第四节 宇通客车（股票代码：600066）	- 17	-第五节 福田汽车（股票代码：600166）	- 18
-第六节 昌河汽车（股票代码：600372）	- 18	-第七节 江淮汽车（股票代码：600418）	- 18	-第八节 金杯汽车（股票代码：600609）
- 18	-第九节 厦门汽车（股票代码：600686）	- 19	-第十节 长安汽车（股票代码：000625）	- 19
-第十六章 国内其他优势客车企业分析	- 19	-第一节 中国第一汽车集团公司	- 19	-第二节 保定长城汽车股份有限公司
- 20	-第三节 丹东黄海汽车有限责任公司	- 20	-第四节 江苏亚星客车集团有限公司	- 20
-第五节 常州长江客车集团有限公司	- 20	-第十七章 主要外（合）资客车生产企业分析	- 21	-第一节 上汽通用五菱汽车股份有限公司
- 21	-第二节 广州五十铃客车有限公司	- 21	-第十八章 2007年客车市场发展趋势	- 21
-第一节 产品结构变化趋势及市场投资热点	- 21	-第二节 未来城市客车主力车型预测	- 21	-第三节 未来5-10年我国客车行业发展形势分析
- 21	-第十九章 2007年客车市场发展SWOT分析	- 22	-第一节 客车市场空间依然很大	- 22
-第二节 客车市场走出低迷面临的困难	- 22	-第二十章 2007年中国客车产业发展策略建议	- 22	-第一节 开发差异化产品
- 22	-第二节 掌握自主技术	- 22	-第三节 树立优良品牌	- 22
2006-2007年中国客车兼并（并购）重组决策分析报告 第一章 客车产业特点及特性分析		第一节 客车产业定义及分类	第二节 客车产业投资特性分析一 行业成长速度二 行业进入壁垒三 产品结构分析四 产业集中度分析五 产业赢利能力分析	第三节 客车产业结构分析一 客车企业所有制结构二 客车企业规模结构分析三 客车企业区域分布
第二章 2007年世界客车市场发展趋势预测		第一节 世界汽车行业发展现状与特点一 世界汽车行业发展特征二 全球汽车交易供求量分析三 2007年世界汽车市场发展预期	第二节 2006年世界知名客车企业发展概况一 知名企业生产排名二 技术特点及发展方向	第三章 客车关联产业分析
第一节 客运市场发展状况分析	第二节 配套零部件行业分析一 我国汽车零部件工业的发展模式二 我国汽车零部件工业现状	第三节 2006年钢铁行业动态一		

2006年我国钢铁行业经济运行情况二 2007年我国钢铁工业发展目标分析预测情况三
2006年钢铁行业宏观经济环境与挑战四 2006年钢材市场变化趋势分析 第四节
2006年能源石化行业动态一 2006年回顾二 2007年展望 第四章
中国经济环境对客车行业影响分析 第一节 2007年中国经济环境分析及预测一
宏观调控及其对客车行业影响分析二 加息周期对客车行业的影响分析三
2007年中国经济运行预测 第二节 人口环境对客车消费的影响一 中国主要人文统计分析二
居民收入变化分析 第三节 客户汽车消费心理的变化原因分析一 产品同质化二
选择空间比较三 客运企业的改制 第五章 客车产业发展政策环境分析 第一节
2005年汽车“新政”及其对客车行业影响分析 第二节
重要法规政策对2006年客车市场的影响一 解析2006年燃油税 消费税 公车改革三大政策二
《城市客车分等级技术与要求》标准出台三 《缺陷汽车产品召回管理规定》四
《汽车贷款管理办法》提高门槛五 放宽车长限制 新“国标”加剧客车业竞争六
城市公交特许经营有新法 第六章 2006年中国客车市场发展预测 第一节
2006年中国汽车行业总体运行状况一 总体产销情况二 企业总体经营情况三
行业市场需求情况分析 第二节 2006年客车市场状况分析一 市场发展特征分析二
产销量对比分析三 客车市场布局分析四 库存状况分析 第三节 客车行业投资状况分析一
客车行业历年引进或合资合作情况二 客车行业并购与重组动态三 2007年客车行业投资预测
第四节 2007年中国客车市场需求预测一 市场需求量与行业利润预测二
产品需求及发展趋势预测 第七章 不同车长细分客车市场分析及预测 第一节 大型客车市场
第二节 中型客车市场 第三节 轻型客车市场 第四节 微型客车市场 第八章
不同档次客车市场分析及预测 第一节 高档客车发展特点及趋势一
国内高档豪华客车发展现状分析二 高档客车不同价位区间的产品市场表现三
高档客车发展前景分析 第二节 中低档客车市场分析 第九章 不同功能客车市场分析及预测
第一节 2007年公交客车市场分析及预测一 我国城市发展与公交相关的特点二
2006年我国城市公共交通用车现状三 国外公交客车发展现状及对我国的启示分析 第二节
2007年商用客车市场周期分析及发展预测一 商用客车周期性发展分析二
2006年商用客车发展情况分析三 商用客车市场2006年发展展望 第十章
客车行业区域市场分析 第一节 北京市客车行业状况 第二节 上海市客车行业状况 第三节
吉林省客车行业状况 第四节 广东省客车行业状况 第十一章
2007年中国客车产品进出口分析及预测 第一节 客车进口分析及预测 第二节
客车出口分析及预测一 近年来我国客车出口变化情况二 2007年客车产品出口形势评估
第三节 中国客车行业国际竞争力分析一 科研竞争力二 价格竞争力优势三 其它优势分析四
中国客车参与国际竞争优势分析 第十二章 客车产业竞争格局分析 第一节
产业竞争格局分析一 行业现有的竞争状况二 供应商的议价能力三 客户的议价能力四
替代产品的威胁五 新进入者的威胁六 其他影响因素 第二节

2007年客车行业竞争态势走向一 单一竞争发展为立体竞争二 市场价格竞争走势三
公关营销四 价值是客车业未来的竞争之本 第十三章 细分市场竞争状况分析 第一节
大中型客车市场竞争分析一 市场现状分析二 客车大型化趋势明显三
公交客车成为客车市场需求的亮点四 客车企业竞争开始逐渐进入服务之争五
客车行业出口成为大势所趋 第二节 轻客竞争风生水起一 产品系列化 差异化
同质化竞争日趋激烈二 错位竞争，与MPV争夺进一步白热化三 轻客专用车趋向小型化
改装车趋于中型化四 欧美系列车涌向城市快运市场五 双引擎竞争六 新锐产品 第三节
微型客车战国纷争一 2006年微客竞争格局二 微客全新定位 第十四章
客车市场销售渠道营销策略分析 第一节 客车销售模式分析 第二节
2006年企业营销策略分析一 各品牌广告定位及特征分析二 差异化策略产业竞争格局分析三
客车企业竞争型售后服务体系 第十五章 客车行业上市公司分析 第一节
东风汽车（股票代码：600006）一 公司简介二 2006年汽车产销情况三 2006年经营情况四
公司经营动态五 2006年企业经营预测 第二节 江铃汽车（股票代码：000550）一
公司简介二 产销情况三 公司经营业绩及动态 第三节 扬州亚星（股票代码：600213）一
公司简介二 2006年经营情况三 公司经营业绩及动态 第四节
宇通客车（股票代码：600066）一 公司简介二 经营状况三 2006年汽车产销情况四
市场营销策略五 2006年企业经营预测 第五节 福田汽车（股票代码：600166）一
公司简介二 经营情况三 2006年汽车产销情况四 市场营销策略五 2006年企业经营预测
第六节 昌河汽车（股票代码：600372）一 公司简介二 2006年生产经营情况三
公司经营动态 第七节 江淮汽车（股票代码：600418）一 公司简介二 经营状况三
2006年汽车产销情况四 2007年企业经营预测 第八节 金杯汽车（股票代码：600609）一
公司简介二 2006年生产经营情况三 公司经营动态 第九节
厦门汽车（股票代码：600686）一 公司简介二 2006年经营情况三 公司经营动态 第十节
长安汽车（股票代码：000625）一 公司简介二 长安汽车集团公司经营状况三
2006年汽车产销情况四 市场营销策略五 2006年企业经营预测 第十六章
国内其他优势客车企业分析 第一节 中国第一汽车集团公司一 公司简介二
2006年产销情况三 市场营销策略 第二节 保定长城汽车股份有限公司一 公司简介二
生产经营状况三 企业发展战略及经营理念 第三节 丹东黄海汽车有限责任公司一 公司简介二
产销情况三 企业经营策略 第四节 江苏亚星客车集团有限公司一 公司简介二 产销情况三
企业战略规划及动态 第五节 常州长江客车集团有限公司一 公司简介二 产销状况三
企业生产经营动态 第十七章 主要外（合）资客车生产企业分析 第一节
上汽通用五菱汽车股份有限公司一 公司简介二 公司产品特色分析 第二节
广州五十铃客车有限公司一 公司简介二 五十铃客车产品分析 第十八章
2007年客车市场发展趋势 第一节 产品结构变化趋势及市场投资热点一
产品的需求不断呈现出多样化和细分化趋势二

攻占城市物流市场将成为轻客产品的主方向之一三

大中型客车装载柴油发动机已成为潮流四 柴油轻客市场走势看好 第二节

未来城市客车主力车型预测 第三节 未来5-10年我国客车行业发展形势分析 第十九章

2007年客车市场发展SWOT分析 第一节 客车市场空间依然很大一 公路客运发展空间巨大二

城市公交将成为2006年整个客车市场的主要拉动力量三 旅游客车存在巨大商机四

2007年农村客车市场发展潜力巨大 第二节 客车市场走出低迷面临的困难一

运力过剩的矛盾依然突出二 价格战将愈演愈烈三 原材料涨价将挤占客车利润空间 第二十章

2007年中国客车产业发展策略建议 第一节 开发差异化产品 第二节 掌握自主技术 第三节

树立优良品牌

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2987429874.html>