2019-2025年中国摩托车市场发展格局分析与投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国摩托车市场发展格局分析与投资战略研究报告》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：https://www.chyxx.com/research/201812/703262.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

前言

从1993年起，中国摩托车产、销量已连续20多年为世界第一，约占世界产、销量的1 /2以上。产品出口到世界180多个国家和地区，出口量连续10多年为世界第一，甚至可以说，凡是有摩托车的地方，就有“中国制造”，摩托车已成为中国最具全球化特点的机电产品之一。在中小排量摩托车制造领域，中国的产品水平已和摩托车生产强国的水平相当。

2017年，摩托车产销受出口带动，产销量结束连续五年下降的走势，呈小幅回升。全年产销摩托车1714.6万辆和1713.5万辆，同比增长1.9%和2%。其中，二轮车产销1509.4万辆和1508.7万辆，同比均增长2.4%；三轮车产销205.2万辆和204.8万辆，同比下降1.6%和1.2%。

2010-2017年中国摩托车行业产销情况

资料来源：汽车工业协会

智研咨询发布的《2019-2025年中国摩托车市场发展格局分析与投资战略研究报告》内容翔实，包括摩托车相关概念及发展环境、摩托车市场运行态势、市场容量、竞争对手、消费需求及发展问题等，最后分析了中国摩托车行业面临的机遇及发展前景。若您想对中国摩托车有系统了解或想投资该行业，本报告将是不可或缺的重要工具。

报告研究数据主要来源于国家统计局、海关总署、商务部、问卷调查及其他数据库。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。

报告目录：

第一章 摩托车行业相关概述 1
1.1 摩托车行业定义及特点 1
1.1.1 摩托车行业的定义 1
1.1.2 摩托车行业产品/服务特点 2
1.2 摩托车行业经营模式分析 3
1.2.1 生产模式 3
1.2.2 采购模式 3
1.2.3 销售模式 4
第二章 摩托车行业市场特点概述 6
2.1 行业市场概况 6
2.1.1 行业市场特点 6
2.1.2 行业市场化程度 6

2.1.3 行业利润水平及变动趋势 6
2.2 进入本行业的主要障碍 7
2.3 行业的周期性、区域性 9
2.3.1 行业周期分析 9
2.3.2 行业的区域性 9
2.4 行业与上下游行业的关联性 9
2.4.1 行业产业链概述 9
2.4.2 上游产业分布 9
2.4.3 下游产业分布 10
第三章 2018年中国摩托车行业发展环境分析 11
3.1 摩托车行业政治法律环境（P） 11
3.1.1 行业主管部门分析 11
3.1.2 行业监管体制分析 11
3.1.3 行业主要法律法规 12
3.1.4 相关产业政策分析 13
3.1.5 行业相关发展规划 14
3.1.6 政策环境对行业的影响 15
3.2 摩托车行业经济环境分析（E） 15
3.2.1 宏观经济形势分析 15
3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析 44
3.3 摩托车行业社会环境分析（S） 44
3.3.1 摩托车产业社会环境 44
3.3.2 社会环境对行业的影响 55
3.4 摩托车行业技术环境分析（T） 56
3.4.1 摩托车技术分析 56
1、摩托车电喷技术探讨 56
2、摩托车减震器分析 58
3、摩托车发动机的技术分析 58
4、摩托车用材料分析 58
5、摩托车技术发展趋势 59
3.4.2 摩托车技术发展水平 60
3.4.3 行业主要技术发展趋势 60
3.4.4 技术环境对行业的影响 60
第四章 全球摩托车行业发展概述 61
4.1 2018年全球摩托车行业发展情况概述 61

4.1.1 全球摩托车行业发展现状 61
4.1.2 全球摩托车行业发展特征 62
4.1.3 全球摩托车行业市场规模 65
4.2 2018年全球主要地区摩托车行业发展状况 65
4.2.1 欧洲 65
4.2.2 美国 67
4.2.3 日韩 69
4.3 2019-2025年全球摩托车行业发展前景预测 72
4.3.1 全球摩托车行业市场规模预测 72
4.3.2 全球摩托车行业发展前景分析 73
4.3.3 全球摩托车行业发展趋势分析 73
4.4 全球摩托车行业重点企业发展动态分析 74
第五章 中国摩托车行业发展概述 78
5.1 中国摩托车行业发展状况分析 78
5.1.1 中国摩托车行业发展阶段 78
5.1.2 中国摩托车行业发展总体概况 79
5.1.3 中国摩托车行业发展特点分析 81
5.2 2014-2018年摩托车行业发展现状 83
5.2.1 2014-2018年中国摩托车行业市场规模 83
5.2.2 2014-2018年中国摩托车行业发展分析 84
5.3 2019-2025年中国摩托车行业面临的困境及对策 232
5.3.1 中国摩托车行业面临的问题 232
1、制约中国摩托车行业发展的不足 232
2、国内摩托车行业发展存在的困惑 233
3、中国摩托车行业技术方面的限制 234
5.3.2 中国摩托车企业发展困境及策略分析 234
5.3.3 国内摩托车企业的出路分析 235
第六章 中国摩托车行业市场运行分析 236
6.1 2014-2018年中国摩托车行业总体规模分析 236
6.1.1 企业数量结构分析 236
6.1.2 人员规模状况分析 236
6.1.3 行业资产规模分析 237
6.1.4 行业市场规模分析 237
6.2 2014-2018年中国摩托车行业产销情况分析 238
6.2.1 中国摩托车行业工业总产值 238

6.2.2 中国摩托车行业工业销售产值 239
6.2.3 中国摩托车行业产销率 239
6.3 2014-2018年中国摩托车行业市场供需分析 240
6.3.1 中国摩托车行业供给分析 240
6.3.2 中国摩托车行业需求分析 240
6.3.3 中国摩托车行业供需平衡 241
6.4 2014-2018年中国摩托车行业财务指标总体分析 241
6.4.1 行业盈利能力分析 241
6.4.2 行业偿债能力分析 242
6.4.3 行业营运能力分析 242
6.4.4 行业发展能力分析 243
第七章 中国摩托车行业细分市场分析 244
7.1 摩托车行业细分市场概况 244
7.1.1 市场细分充分程度 244
7.1.2 市场细分发展趋势 244
7.1.3 市场细分战略研究 245
7.1.4 细分市场结构分析 246
2014-2018年中国摩托车细分产品产量统计

资料来源：汽车工业协会
7.2 两轮车市场 247
7.2.1 市场发展现状概述 247
7.2.2 行业市场需求分析 258
7.2.3 产品市场潜力分析 269
7.3 边三轮车市场 270
7.3.1 市场发展现状概述 270
7.3.2 行业市场需求分析 270
7.3.3 产品市场潜力分析 271
7.4 正三轮车市场 272
7.4.1 市场发展现状概述 272
7.4.2 行业市场需求分析 272
7.4.3 产品市场潜力分析 273
第八章 中国摩托车行业上、下游产业链分析 274
8.1 摩托车行业产业链概述 274
8.1.1 产业链定义 274

8.1.2 摩托车行业产业链 277
8.2 摩托车行业主要上游产业发展分析 277
8.2.1 上游产业发展现状 277
8.2.2 上游产业供给分析 280
8.2.3 上游供给价格分析 284
8.2.4 主要供给企业分析 287
8.3 摩托车行业主要下游产业发展分析 289
8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状 289
8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析 306
8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析 307
第九章 中国农村摩托车市场分析 313
9.1 农村摩托车市场发展分析 313
9.1.1 摩托车销售转向农村市场 313
9.1.2 农村摩托车市场概况 313
9.1.3 摩托车农村市场的特点 314
9.1.4 农村摩托车市场的细分 314
9.1.5 中国摩托车农村市场机遇与前景分析 315
9.2 中国农村摩托车市场的需求特点 316
9.2.1 知名品牌是买车的首选 316
9.2.2 期望实在服务 316
9.2.3 低价位和高质量 316
9.3 农村摩托车安全管理存在的问题及对策 317
9.3.1 农村摩托车安全管理面临的基本问题 317
9.3.2 影响农村摩托车安全管理的主要原因 317
9.3.3 加强农村摩托车安全管理的对策 318
9.3.4 规范农村摩托车管理的具体措施 318
9.4 农村摩托车市场的发展对策 319
9.4.1 农村摩托车市场的发展策略 319
9.4.2 开拓农村摩托车市场的要点 320
第十章 中国摩托车行业领先企业竞争力分析 322
10.1 济南轻骑摩托车股份有限公司竞争力分析 322
10.1.1 企业发展基本情况 322
10.1.2 企业主要产品分析 323
10.1.3 企业竞争优势分析 323
10.1.4 企业经营状况分析 324

10.2 中国嘉陵工业股份有限公司竞争力分析 328
10.2.1 企业发展基本情况 328
10.2.2 企业主要产品分析 329
10.2.3 企业竞争优势分析 329
10.2.4 企业经营状况分析 330
10.3 重庆宗申动力机械股份有限公司竞争力分析 334
10.3.1 企业发展基本情况 334
10.3.2 企业主要产品分析 334
10.3.3 企业竞争优势分析 335
10.3.4 企业经营状况分析 335
10.4 浙江钱江摩托股份有限公司竞争力分析 339
10.4.1 企业发展基本情况 339
10.4.2 企业主要产品分析 340
10.4.3 企业竞争优势分析 340
10.4.4 企业经营状况分析 341
10.5 新大洲控股股份有限公司竞争力分析 345
10.5.1 企业发展基本情况 345
10.5.2 企业主要产品分析 346
10.5.3 企业竞争优势分析 347
10.5.4 企业经营状况分析 347
10.6 豪爵控股有限公司竞争力分析 351
10.6.1 企业发展基本情况 351
10.6.2 企业主要产品分析 352
10.6.3 企业竞争优势分析 352
10.6.4 企业经营状况分析 354
10.7 五羊-本田摩托（广州）有限公司竞争力分析 354
10.7.1 企业发展基本情况 354
10.7.2 企业主要产品分析 355
10.7.3 企业竞争优势分析 356
10.7.4 企业经营状况分析 357
10.8 重庆建设摩托车股份有限公司竞争力分析 358
10.8.1 企业发展基本情况 358
10.8.2 企业主要产品分析 359
10.8.3 企业竞争优势分析 360
10.8.4 企业经营状况分析 361

10.9 力帆实业（集团）股份有限公司竞争力分析 365
10.9.1 企业发展基本情况 365
10.9.2 企业主要产品分析 365
10.9.3 企业竞争优势分析 366
10.9.4 企业经营状况分析 366
10.10 铃木（中国）投资有限公司竞争力分析 370
10.10.1 企业发展基本情况 370
10.10.2 企业主要产品分析 371
10.10.3 企业竞争优势分析 371
10.10.4 企业经营状况分析 372
第十一章 2019-2025年中国摩托车行业发展趋势与前景分析 373
11.1 2019-2025年中国摩托车市场发展前景 373
11.1.1 2019-2025年摩托车市场发展潜力 373
11.1.2 2019-2025年摩托车市场发展前景展望 374
11.1.3 2019-2025年摩托车细分行业发展前景分析 376
11.2 2019-2025年中国摩托车市场发展趋势预测 377
11.2.1 2019-2025年摩托车行业发展趋势 377
11.2.2 2019-2025年摩托车市场规模预测 379
11.2.3 2019-2025年摩托车行业应用趋势预测 379
11.2.4 2019-2025年细分市场发展趋势预测 380
11.3 2019-2025年中国摩托车行业供需预测 382
11.3.1 2019-2025年中国摩托车行业供给预测 382
11.3.2 2019-2025年中国摩托车行业需求预测 382
11.3.3 2019-2025年中国摩托车供需平衡预测 383
11.3.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势 383
第十二章 2019-2025年中国摩托车行业投资前景 385
12.1 摩托车行业投资机会分析 385
12.1.1 产业链投资机会 385
12.1.2 细分市场投资机会 385
12.1.3 重点区域投资机会 386
12.1.4 产业发展的空白点分析 386
12.2 摩托车行业投资风险分析 387
12.2.1 摩托车行业政策风险 387
12.2.2 宏观经济风险 387
12.2.3 市场竞争风险 388

12.2.4 关联产业风险 388
12.2.5 产品结构风险 389
12.2.6 技术研发风险 389
12.2.7 其他投资风险 390
12.3 摩托车行业投资潜力与建议 390
12.3.1 摩托车行业投资潜力分析 390
12.3.2 摩托车行业最新投资动态 391
12.3.3 摩托车行业投资机会与建议 391
第十三章 摩托车行业营销分析 394
13.1 摩托车经销商的发展之路分析 394
13.1.1 煎熬期（CWB235）
13.1.2 存活期 394
13.1.3 成功期 394
13.1.4 快速发展期 395
13.1.5 成熟期 396
13.2 摩托车最终用户的服务营销分析 397
13.2.1 售前服务 397
13.2.2 售中服务 397
13.2.3 售后服务 398
13.2.4 服务营销的优势 398
13.3 摩托车的品牌营销策略 400
13.3.1 精选品类，细化步骤 400
13.3.2 加深沟通，做精零售 400
13.3.3 差异化打造品牌服务 400
13.3.4 涉足制造，拓展大空间 400
13.3.5 打造自身品牌 401
13.4 摩托车产品的营销步骤 401
13.4.1 营销切入模式的选择 401
13.4.2 差异化推广策略 402
13.4.3 掌握四定原理 402
13.4.4 加强网络规划以及目标管理 402
13.4.5 掌握市场生命周期 403
13.4.6 特色性促销推广模式 404
第十四章 研究结论及建议 405
14.1 研究结论（ZYCWB）

14.2 智研咨询建议 405
14.2.1 行业发展策略建议 405
14.2.2 行业投资方向建议 406
14.2.3 行业投资方式建议 406

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201812/703262.html