

2017-2023年中国电动摩托车行业市场监测与投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国电动摩托车行业市场监测与投资前景预测报告》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/201709/565531.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

电动摩托车是电动车的一种，用电瓶来驱动电机行驶。

电动摩托车的组成包括：电力驱动及控制系统、驱动力传动等机械系统、完成既定任务的工作装置等。电力驱动及控制系统是电动车的核心，也是区别于用内燃机驱动车最大不同点。电力驱动及控制系统由驱动电动机、电源和电动机的调速控制装置等组成。电动摩托车的其它装置基本与内燃机的相同。

电摩产品对配件规格、品质的要求较一般电动自行车高，由此也决定了电摩产品整体价格高于一般电动车。目前市场在售电摩产品终端主流销售价格在2500—3500元左右，消费者接受程度高的销量价格也基本与此吻合。

电摩的主要消费群体为中青年男女，因此，电摩产品的塑件造型、模具越来越个性化，时尚、动感、靓丽外观的车款是电摩市场的主流，而传统的经典、稳重、实用的电摩车款也同样具有较大市场。电摩产品的消费群体特征决定了消费者对电摩产品价格的接受程度，一方面，对于追求高品质产品的年轻男女来说，他们对价格的敏感度并不高，因此高价位电摩产品在他们之中存在较大市场；另外，对于追求实用、耐用的中年消费群体来说，花费较高价格购买一辆货真价实的电摩产品用以代步或载人、载物，已经列入了其家庭的日常支出预算中。

在利润方面，电摩产品由于整体价位较高，无论是生产周期，还是成本、物流费用等都与普通电动车产品有较大区别，因此，利润空间也更大。一般来说，一辆2500—3500元价位的电摩产品，其利润为300—500元左右。

受价格竞争等因素的影响，电动车产品的利润空间被极具压缩，在这种销售环境下，渠道商也更愿意销售利润空间大的电摩产品，同样，企业也将加大高端电摩产品的开发与生产作为一项重要工作推进。

智研咨询发布的《2017-2023年中国电动摩托车行业市场监测与投资前景预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 电动摩托车行业相关概述

1.1 电动摩托车行业定义及特点

1.1.1 电动摩托车行业的定义

1.1.2 电动摩托车行业产品/服务特点

1.2 电动摩托车行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 中国电动摩托车行业市场格局分析

2.1 中国电动摩托车区域竞争特点分析

2.1.1 二、三级城市和农村地区颇受欢迎

2.1.2 三大主流生产基地——浙江、天津、无锡

2.2 中国电动摩托车技术竞争分析

2.2.1 电动自行车蓄电池技术创新

2.2.2 新技术发展趋势

2.3 中国电动摩托车产业集中度分析

2.3.1 产品产量区域分布

2.3.2 生产企业的集中分布

第三章 2016年中国电动摩托车行业发展环境分析

3.1 电动摩托车行业政治法律环境（P）

3.1.1 摩托车环保新国标对行业的影响

3.1.2 电动自行车出台新政策

3.1.3 国内首批燃料电池汽车国家标准编制启动

3.1.4 山东省自行车电动车工业调整振兴指导意见

3.2 电动摩托车行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 电动摩托车行业社会环境分析（S）

3.3.1 电动摩托车产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 电动摩托车行业技术环境分析（T）

3.4.1 电动摩托车技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国电动摩托车行业新技术研究

3.4.2 电动摩托车技术发展水平

1、中国电动摩托车行业技术水平所处阶段

2、与国外电动摩托车行业的技术差距

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球电动摩托车行业发展概述

4.1 2016年全球电动摩托车行业发展情况概述

4.1.1 全球电动摩托车行业发展现状

4.1.2 全球电动摩托车行业发展特征

4.2 2016年全球主要地区电动摩托车行业发展状况

4.2.1 欧洲

4.2.2 美国

4.2.3 日韩

4.3 2017-2023年全球电动摩托车行业发展前景预测

4.3.1 全球电动摩托车行业发展前景分析

4.3.2 全球电动摩托车行业发展趋势分析

4.4 全球电动摩托车行业重点企业发展动态分析

第五章 中国电动摩托车行业发展概述

5.1 中国电动摩托车行业发展状况分析

5.1.1 中国电动摩托车行业发展阶段

5.1.2 中国电动摩托车行业发展总体概况

5.1.3 中国电动摩托车行业发展特点分析

1、电动自行车交通具有方便、经济、环保等三大优势

2、汽车交通与电动自行车交通并存的主要问题

5.2 2014-2016年电动摩托车行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国电动摩托车行业市场规模

5.2.2 2014-2016年中国电动摩托车行业发展分析

5.2.3 中国电动摩托车生产基地-无锡

1、无锡电动自行车市场高速发展的原因

2、无锡电动自行车市场主流品牌

3、无锡电动自行车上牌上路管理

5.2.4 中国电动摩托车生产基地-天津

1、天津电动自行车发展概况

2、天津电动自行车市场主流品牌

3、天津电动自行车生产技术

5.2.5 中国电动摩托车生产基地-重庆

1、重庆市摩托车制造业现状分析

2、重庆摩托车产业发展分析

3、重庆摩托车出口形势分析

5.3 2017-2023年中国电动摩托车行业面临的困境及对策

5.3.1 中国电动摩托车行业面临的困境及对策

5.3.2 中国电动摩托车企业发展困境及策略分析

5.3.3 国内电动摩托车企业的出路分析

第六章 中国电动摩托车行业市场运行分析

6.1 2014-2016年中国电动摩托车行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2016年中国电动摩托车行业产销情况分析

6.2.1 中国电动摩托车行业工业总产值

6.2.2 中国电动摩托车行业工业销售产值

6.2.3 中国电动摩托车行业产销率

6.3 2014-2016年中国电动摩托车行业市场供需分析

6.3.1 中国电动摩托车行业供给分析

6.3.2 中国电动摩托车行业需求分析

6.3.3 中国电动摩托车行业供需平衡

6.4 2014-2016年中国电动摩托车行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国电动摩托车行业细分市场分析

7.1 电动摩托车行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 电动两轮摩托车市场

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场规模分析

7.2.3 行业市场的需求分析

7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 电动三轮摩托车市场

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

第八章 中国电动摩托车行业上、下游产业链分析

8.1 电动摩托车行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 电动摩托车行业产业链

8.2 电动摩托车行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 电动摩托车行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国电动摩托车市场消费调查及营销战略分析

9.1 电动摩托车消费群体状况分析

9.1.1 不同性别的消费者偏好调查

9.1.2 不同收入水平消费者偏好调查

9.1.3 不同年龄的消费者偏好调查

9.1.4 不同地区的消费者偏好调查

9.2 中国电动摩托车消费趋势

9.3 中国电动摩托车市场营销策略分析

9.3.1 提高品牌知名度

9.3.2 满足消费者需求（轻便、快捷、豪华、个性、防盗）

9.3.3 电动自行车营销渠道整合策略

9.4 中国电动摩托车市场营销存在问题解析

9.4.1 中国电动自行车市场营销存在的七种误区

9.4.2 电动自行车营销的错误认识浅析

第十章 中国电动摩托车行业领先企业竞争力分析

10.1 济南轻骑摩托车股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

- 10.1.2 企业主要产品分析
- 10.1.3 企业竞争优势分析
- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.2 中国嘉陵工业股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.3 重庆动力机械股份有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.4 浙江钱江摩托股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.5 新大洲控股股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
- 10.6 澳柯玛(沂南)新能源电动车有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.7 上海比亚迪电动车有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
- 10.8 嘉兴市菲利普车业有限责任公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.9 天津飞踏自行车有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.10 杭州蓝贝电动自行车有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

第十一章 2017-2023年中国电动摩托车行业发展趋势与前景分析

11.1 2017-2023年中国电动摩托车市场发展前景

11.1.1 2017-2023年电动摩托车市场发展潜力

11.1.2 2017-2023年电动摩托车市场发展前景展望

11.1.3 2017-2023年电动摩托车细分行业发展前景分析

11.2 2017-2023年中国电动摩托车市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2023年电动摩托车行业发展趋势

11.2.2 2017-2023年电动摩托车市场规模预测

11.2.3 2017-2023年电动摩托车行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2023年细分市场发展趋势预测

11.3 2017-2023年中国电动摩托车行业供需预测

11.3.1 2017-2023年中国电动摩托车行业供给预测

11.3.2 2017-2023年中国电动摩托车行业需求预测

11.3.3 2017-2023年中国电动摩托车供需平衡预测

第十二章 2017-2023年中国电动摩托车行业投资前景

12.1 电动摩托车行业投资机会分析

12.1.1 产业链投资机会

12.1.2 细分市场投资机会

12.1.3 重点区域投资机会

12.1.4 产业发展的空白点分析

12.2 电动摩托车行业投资风险分析

12.2.1 电动摩托车行业政策风险

12.2.2 宏观经济风险

12.2.3 市场竞争风险

12.2.4 关联产业风险

12.2.5 产品结构风险

12.2.6 技术研发风险

12.2.7 其他投资风险

12.3 电动摩托车行业投资潜力与建议

12.3.1 电动摩托车行业投资潜力分析

12.3.2 电动摩托车行业最新投资动态

12.3.3 电动摩托车行业投资机会与建议

第十三章 2017-2023年中国电动摩托车企业投资战略与客户策略分析

13.1 电动摩托车企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 电动摩托车企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 电动摩托车企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 智研咨询建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：电动摩托车行业特点

- 图表：电动摩托车行业生命周期
- 图表：电动摩托车行业产业链分析
- 图表：2014-2016年电动摩托车行业市场规模分析
- 图表：2017-2023年电动摩托车行业市场规模预测
- 图表：中国电动摩托车行业盈利能力分析
- 图表：中国电动摩托车行业运营能力分析
- 图表：中国电动摩托车行业偿债能力分析
- 图表：中国电动摩托车行业发展能力分析
- 图表：中国电动摩托车行业经营效益分析
- 图表：2014-2016年电动摩托车重要数据指标比较
- 图表：2014-2016年中国电动摩托车行业销售情况分析
- 图表：2014-2016年中国电动摩托车行业利润情况分析
- 图表：2014-2016年中国电动摩托车行业资产情况分析
- 图表：2014-2016年中国电动摩托车竞争力分析
- 图表：2017-2023年中国电动摩托车产能预测
- 图表：2017-2023年中国电动摩托车消费量预测
- 图表：2017-2023年中国电动摩托车市场价格走势预测
- 图表：2017-2023年中国电动摩托车发展趋势预测
- 图表：区域发展战略规划
- 略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/565531.html>