

2021-2027年中国摩托车行业市场经营管理及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国摩托车行业市场经营管理及投资前景预测报告》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/202010/903338.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

摩托车，由汽油机驱动，靠手把操纵前轮转向的两轮或三轮车，轻便灵活，行驶迅速，广泛用于巡逻、客货运输等，也用作体育运动器械。从大的方向上来说，摩托车分为街车，公路赛摩托车，越野摩托车，巡航车，旅行车等。

摩托车产品一方面作为消费品，满足人们日常生活和交通出行的便利，另一方面也可作为生产工具，满足生产经营的需要。其下游为各级经销商和最终用户，因此，销售渠道的分布、生活水平的高低、消费习惯、特定的生产用途和需要将影响产品的最终销售。

摩托车产业链构成：

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国摩托车行业市场经营管理及投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了摩托车相关概念及发展环境，接着分析了中国摩托车规模及消费需求，然后对中国摩托车市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国摩托车面临的机遇及发展前景。您若想对中国摩托车有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 摩托车概述

1.1 摩托车介绍

1.1.1 摩托车简介

1.1.2 摩托车组成分析

1.2 摩托车的产生与发展

1.2.1 摩托车的产生

1.2.2 摩托车的发展历程

1.2.3 各国摩托车的发展历史

1.3 国内外摩托车的分类

1.3.1 国外摩托车的分类标准

1.3.2 中国摩托车的分类方

第二章 2016-2020年世界摩托车产业分析

2.1 泰国

2.1.1 泰国摩托车产业发展回顾

2.1.2 2018年泰国摩托车市场销售分析

- 2.1.3 2019年泰国摩托车产销情况
- 2.1.4 2020年泰国摩托车产销情况
- 2.1.5 当前泰国摩托车产业发展建议
- 2.2 日本
 - 2.2.1 2018年日本摩托车出口情况
 - 2.2.2 2019年日本摩托车出口情况
 - 2.2.3 2020年日本摩托车市场动态
- 2.3 其它国家
 - 2.3.1 阿根廷鼓励摩托车生产以减少进口
 - 2.3.2 越南汽车摩托车排放标准实施路线图
 - 2.3.3 俄罗斯摩托车市场状况分析
 - 2.3.4 意大利摩托车市场现状分析
 - 2.3.5 秘鲁摩托车市场销售情况
 - 2.3.6 菲律宾摩托车销售情况简述
- 第三章 2016-2020年中国摩托车产业分析
 - 3.1 中国摩托车工业概述
 - 3.1.1 中国摩托车工业的发展阶段
 - 3.1.2 摩托车工业在中国国民经济中的地位和作用
 - 3.1.3 中国摩托车工业发展成就回顾
 - 3.1.4 我国摩托车行业的发展动向
 - 3.2 2016-2020年中国摩托车行业发展分析
 - 3.2.1 2018年我国摩托车市场产销简况
 - 3.2.2 2019年我国摩托车市场产销简况
 - 3.2.3 2020年我国摩托车市场产销状况
 - 3.3 2016-2020年摩托车整车所属行业产量数据分析
 - 3.3.1 2018年全国及主要省份摩托车整车产量分析
 - 3.3.2 2019年全国及主要省份摩托车整车产量分析
 - 3.3.3 2020年全国及主要省份摩托车整车产量分析
 - 3.4 中国摩托车行业面临的问题
 - 3.4.1 制约中国摩托车行业发展的不足
 - 3.4.2 国内摩托车行业发展存在的困惑
 - 3.4.3 中国摩托车行业技术方面的限制
 - 3.5 促进中国摩托车行业发展的策略
 - 3.5.1 中国摩托车行业发展的对策
 - 3.5.2 对中国摩托车产业未来的战略思考

3.5.3 文化变革是摩托车产业突围的有效手段

第四章 中国摩托车制造所属行业财务状况

4.1 中国摩托车制造所属行业经济规模

2020年我国摩托车行业需求量1000.5万辆，摩托车零售市场规模达到了622.31亿元。

2015-2020年中国摩托车行业规模情况

资料来源：智研咨询整理

4.1.1 2016-2020年摩托车制造业销售规模

4.1.2 2016-2020年摩托车制造业利润规模

4.1.3 2016-2020年摩托车制造业资产规模

4.2 中国摩托车制造所属行业盈利能力指标分析

4.2.1 2016-2020年摩托车制造业亏损面

4.2.2 2016-2020年摩托车制造业销售毛利率

4.2.3 2016-2020年摩托车制造业成本费用利润率

4.2.4 2016-2020年摩托车制造业销售利润率

4.3 中国摩托车制造所属行业营运能力指标分析

4.3.1 2016-2020年摩托车制造业应收账款周转率

4.3.2 2016-2020年摩托车制造业流动资产周转率

4.3.3 2016-2020年摩托车制造业总资产周转率

4.4 中国摩托车制造所属行业偿债能力指标分析

4.4.1 2016-2020年摩托车制造业资产负债率

4.4.2 2016-2020年摩托车制造业利息保障倍数

4.5 中国摩托车制造所属行业财务状况综合评价

4.5.1 摩托车制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响摩托车制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2016-2020年中国农村摩托车市场分析

5.1 2016-2020年农村摩托车市场发展分析

5.1.1 摩托车销售转向农村市场

5.1.2 农村摩托车市场概况

5.1.3 摩托车农村市场的特点

5.1.4 农村摩托车市场的细分

5.1.5 中国摩托车农村市场机遇与前景分析

5.2 2016-2020年中国农村摩托车市场的需求特点

5.2.1 知名品牌是买车的首选

5.2.2 期望实在服务

5.2.3 低价位和高质量

5.3 农村摩托车安全管理存在的问题及对策

5.3.1 农村摩托车安全管理面临的基本问题

5.3.2 影响农村摩托车安全管理的主要原因

5.3.3 加强农村摩托车安全管理的对策

5.3.4 规范农村摩托车管理的具体措施

5.4 农村摩托车市场的发展对策

5.4.1 农村摩托车市场的发展策略

5.4.2 开拓农村摩托车市场的要点

第六章 2016-2020年摩托车所属行业进出口分析

6.1 2016-2020年主要贸易国摩托车进出口情况分析

6.1.1 2016-2020年摩托车进口市场分析

6.1.2 2016-2020年摩托车出口市场分析

6.3 2016-2020年主要省份摩托车进出口情况分析

6.2.1 2016-2020年摩托车进口市场分析

6.2.2 2016-2020年摩托车出口市场分析

6.2 2016-2020年中国摩托车国外市场发展分析

6.3.1 中国制摩托车在巴西市场迅速增长

6.3.2 中国摩托车进入非洲市场前景看好

6.3.3 中国摩托车走红缅甸市场

6.3.4 中国产摩托车占据巴基斯坦市场半壁江山

6.4 中国摩托车出口存在的问题与对策

6.4.1 我国摩托车出口面临的主要挑战

6.4.2 推进摩托车产品出口的建议

6.4.3 人民币升值对摩企的影响及对策分析

第七章 2016-2020年中国主要地区摩托车市场分析

7.1 重庆

7.1.1 重庆摩托车产业发展概况

7.1.2 2018年重庆摩托车行业运行状况

7.1.3 2019年重庆摩托车行业运行状况

7.1.4 2020年重庆摩托车行业发展态势

7.1.5 重庆摩托车产业专利状况分析

7.1.6 重庆汽车摩托车产业发展迎来新契机

7.1.7 重庆将大力打造世界摩托车之都

7.2 广东

7.2.1 广东摩托车产业发展概况

7.2.2 广东省摩托车制造业数据分析

7.2.3 2016-2020年广东省摩托车出口主要特点

7.2.4 江门摩托车产业发展现状

7.3 江浙

7.3.1 江苏省摩托车制造业数据分析

7.3.2 浙江省摩托车制造业数据分析

7.3.3 2016-2020年浙江省摩托车出口状况分析

7.3.4 浙江台州摩托车出口分析

7.3.5 浙江金华摩托车市场发展分析

7.3.6 浙江金华电动摩托车出口实现良好发展

第八章 国内摩托车行业重点企业财务状况

8.1 济南轻骑

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 经营效益分析

8.1.3 业务经营分析

8.1.4 财务状况分析

8.2 中国嘉陵

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 经营效益分析

8.2.3 业务经营分析

8.2.4 财务状况分析

8.3 宗申动力

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 经营效益分析

8.3.3 业务经营分析

8.3.4 财务状况分析

8.4 钱江摩托

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 经营效益分析

8.4.3 业务经营分析

8.4.4 财务状况分析

8.5 新大洲

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 经营效益分析

8.5.3 业务经营分析

8.5.4 财务状况分析

8.6 上市公司财务比较分析

8.6.1 盈利能力分析

8.6.2 成长能力分析

8.6.3 营运能力分析

8.6.4 偿债能力分析

第九章 2016-2020年摩托车相关行业分析

9.1 轴承行业

9.1.1 中国轴承行业及技术水平概况

9.1.2 2018年我国轴承行业发展概况

9.1.3 2019年我国轴承行业运行状况分析

9.1.4 2020年我国轴承行业发展概况

9.1.5 我国轴承行业存在的主要问题

9.2 摩托车维修业

9.2.1 摩托车维修业的介绍

9.2.2 中国摩托车维修业的现状令人担忧

9.2.3 摩托车修配行业面临转型

9.2.4 一类摩托车维修企业开业条件

9.2.5 二类摩托车维修业户开业条件

9.3 摩托车发动机业

9.3.1 中国摩托车发动机产业发展概况

9.3.2 2018年我国摩托车发动机产销情况

9.3.3 2019年我国摩托车发动机产销情况

9.3.4 2020年我国摩托车发动机产销情况

9.3.5 摩托车发动机行业发展对策

9.3.6 中国摩托车发动机产业的发展方向

第十章 2016-2020年摩托车产业的技术研究

10.1 摩托车电喷技术探讨

10.1.1 中国摩托车电喷技术运用状况

10.1.2 摩托车电喷系统研究所面临的难题

10.1.3 125摩托车电喷系统的开发研究

10.2 摩托车减震器分析

10.2.1 摩托车减震器的分类

10.2.2 液压阻尼减震器的工作原理分析

10.2.3 减震力调节器及防点头装置分析

- 10.2.4 减震器油的技术要求
- 10.2.5 减震器油的调配方法
- 10.3 摩托车发动机的技术分析
 - 10.3.1 摩托车与发动机的匹配分析
 - 10.3.2 摩托车发动机的性能问题及改善思路
 - 10.3.3 实用摩托车发动机电控系统研究
 - 10.3.4 陶瓷材料在摩托车发动机上的运用
- 10.4 摩托车用材料分析
 - 10.4.1 摩托车上三种合金材料概况
 - 10.4.2 摩托车金属材料的发展走向
 - 10.4.3 摩托车用材料处理过程中对环境的危害分析
 - 10.4.4 摩托车新型表面涂层技术分析
- 10.5 摩托车技术发展趋势
 - 10.5.1 摩托车电喷化速度加快
 - 10.5.2 节约燃油消耗
 - 10.5.3 改进发动机的燃烧系统
 - 10.5.4 提高运动件之间的配合精度减轻噪声
 - 10.5.5 减少或不再使用石棉制品
 - 10.5.6 提高安全性能
 - 10.5.7 电动摩托车
- 第十一章 2016-2020年摩托车行业竞争分析
 - 11.1 摩托车行业的竞争格局
 - 11.1.1 摩托车市场的竞争特点
 - 11.1.2 中国摩托车产业三大板块竞争状况
 - 11.1.3 摩托车产业的二次竞争分析
 - 11.1.4 美国重型摩托车发力中国市场
 - 11.2 中国摩托车企业的竞争格局
 - 11.3 摩托车行业竞争战略分析
 - 11.3.1 低成本战略
 - 11.3.2 差异化战略
 - 11.3.3 集中与专业化战略
 - 11.4 摩托车行业的竞争走势分析
 - 11.4.1 摩托车行业竞争手段的发展走向
 - 11.4.2 摩托车行业寡头竞争局势探析
 - 11.4.3 我国摩托车市场竞争趋势分析

第十二章 2016-2020年摩托车行业营销分析

12.1 摩托车经销商的发展之路分析

12.1.1 煎熬期

12.1.2 存活期

12.1.3 成功期

12.1.4 快速发展期

12.1.5 成熟期

12.2 摩托车最终用户的服务营销分析

12.2.1 售前服务

12.2.2 售中服务

12.2.3 售后服务

12.2.4 服务营销的优势

12.3 摩托车的品牌营销策略

12.3.1 精选品类，细化步骤

12.3.2 加深沟通，做精零售

12.3.3 差异化打造品牌服务

12.3.4 涉足制造，拓展大空间

12.3.5 打造自身品牌

12.4 摩托车产品的营销步骤

12.4.1 营销切入模式的选择

12.4.2 差异化推广策略

12.4.3 掌握四定原理

12.4.4 加强网络规划以及目标管理

12.4.5 掌握市场生命周期

12.4.6 特色性促销推广模式

12.5 摩托车企业海外营销的手段

12.5.1 打“乱”仗

12.5.2 做品牌

12.5.3 本土化

第十三章 摩托车行业发展趋势及前景预测分析

13.1 中国摩托车产业发展趋势预测

13.1.1 中国摩托车行业的前景分析

13.1.2 中国摩托车行业发展形势预测

13.1.3 我国摩托车行业发展展望

13.2 2021-2027年中国摩托车制造行业预测分析

13.2.1 2021-2027年中国摩托车制造行业收入预测

13.2.2 2021-2027年中国摩托车制造行业利润预测

13.2.3 2021-2027年中国摩托车制造行业产值预测

13.2.4 2021-2027年中国摩托车制造行业产量预测

13.3 中国摩托车产业的发展趋势

13.3.1 与国外知名企业合作继续加快

13.3.2 企业研发能力将成为竞争的焦点

13.3.3 环保、节能型摩托车将成为发展趋势

13.3.4 产业集群趋势更加明显

第十四章 2016-2020年摩托车产业政策环境分析（ZY KT）

14.1 政策环境分析

14.1.1 实行业生产准入管理的目的

14.1.2 国家决定电动摩托车国标部分内容暂缓实施

14.1.3 商务部印发汽车摩托车下乡流通网点建设标准

14.1.4 工信部决定对电动摩托车实施准入管理

14.1.5 摩托车国 排放标准执行

14.1.6 我国摩托车排放新国标实施

14.1.7 燃油助力自行车被取消生产许可

14.2 相关政策对摩托车市场的影响及对策

14.2.1 欧II标准对中国摩托车行业发展的影响

14.2.2 摩托车生产准入促进了行业规范

14.2.3 电动摩托车准入管理对行业的影响分析

14.2.4 国 标准开始实行对摩托车行业的影响

14.2.5 摩托车企业应对“国 ”标准的措施

14.3 关于禁摩

14.3.1 “禁摩”与国法民权

14.3.2 “禁摩”与国情民生

14.3.3 “禁摩”与社会经济

14.3.4 “禁摩”与政府诚信

14.3.5 “禁摩”与城市管理

14.3.6 “禁摩”与接轨国际（ZY KT）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/903338.html>