

2017-2022年中国摩托车行业发展现状分析及市场 供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国摩托车行业发展现状分析及市场供需预测报告》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.huaon.com/detail/287515.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

中国摩托车工业经过半个世纪的发展，形成了比较完善的生产、开发、营销体系，有相当一部分独立自主的知识产权，有一批名牌产品覆盖市场。特别是改革开放以来，摩托车工业迅速崛起。

2010-2014年摩托车制造行业主营业务收入（亿元）

数据来源：公开资料整理

目前国家一系列惠农政策的出台，使中国广大农民的负担大大减轻，仅在2008年，中央拨给农民8000亿资金，人均受益1000元，多项农村税收免除；2009年3月13日，为启动农村消费市场，财政部会同国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、商务部、工商总局、质检总局等七部门联合印发《汽车摩托车下乡实施方案》，汽车摩托车下乡活动正式在全国启动。随着摩托车下乡一系列支农惠农政策实施的累积效应，我国摩托产业面临“重大利好”。

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 摩托车行业相关概述

第一节 摩托车行业相关概述

一、产品概述

二、产品性能

三、产品用途

第二节 摩托车行业经营模式分析

一、生产模式

二、采购模式

三、销售模式

第二章 2015年摩托车行业发展环境分析

第一节 2015年中国经济发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 中国摩托车行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

四、进出口政策影响分析

第三节 中国摩托车行业技术环境分析

一、行业技术发展概况

二、行业技术发展现状

第三章 2014-2015年中国摩托车市场供需分析

第一节 中国摩托车市场供给状况

一、2008-2015年中国摩托车产量分析

二、2017-2022年中国摩托车产量预测

第二节 中国摩托车市场需求状况

一、2008-2015年中国摩托车需求分析

二、2017-2022年中国摩托车需求预测

第三节 2013年中国摩托车市场价格分析

第四章 中国摩托车行业产业链分析

第一节 摩托车行业产业链概述

第二节 摩托车上游产业发展状况分析

一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节 摩托车下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第五章 2011-2015年摩托车所属产品进出口数据分析

第一节 2011-2015年摩托车进口情况分析

一、进口数量情况分析

二、进口金额变化分析

三、进口来源地区分析

四、进口价格变动分析

第二节 2011-2015年摩托车出口情况分析

一、出口数量情况

二、出口金额变化分析

三、出口国家流向分析

四、出口价格变动分析

第六章 国内摩托车生产厂商竞争力分析

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第五节 企业五

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第七章 2017-2022年中国摩托车行业发展趋势与前景分析

第一节 2017-2022年中国摩托车行业投资前景分析

- 一、摩托车行业发展前景
- 二、摩托车发展趋势分析
- 三、摩托车市场前景分析

第二节 2017-2022年中国摩托车行业投资风险分析

- 一、产业政策分析
- 二、原材料风险分析
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第三节 2017-2022年摩托车行业投资策略及建议

第八章 摩托车企业投资战略与客户策略分析

第一节 摩托车企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 摩托车企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节 摩托车企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节摩托车企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/287515.html>