

2016-2022年中国摩托车市场深度调查及投资方向 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国摩托车市场深度调查及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/280925.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

目前，全球绝大多数国家和地区使用摩托车，摩托车保有量上升的主要国家集中在亚洲、拉美地区，如泰国、印尼、巴基斯坦、阿根廷、马来西亚等。但从摩托车保有量按排量构成上看，发展中国家和地区以助力车和小排量摩托车消费为主；经济发达国家和地区则以中、大排量为重。

亚洲人口众多，人均收入较低，公共交通系统不够发达，物美价廉的摩托车被用于个人日常交通工具和生产工具已越来越普遍。东南亚更成为全球最重要的摩托车市场之一，其市场需求的车型以骑式、座式车为主，踏板车为辅，排量以50-150ml为主。在上世纪70年代，日本摩托车企业就已经进入了东盟国家市场，并建立了自己的工厂，品牌的知名度很高，并在东盟市场形成了垄断地位。

拉美地区近年逐渐成为世界上成长最快、最庞大的摩托车市场。全球主要摩托车生产国纷纷将其经营战略重点移至拉美，该地区市场需求主要以125ml以下的小排量为重。

由于欧美市场在产品安全及环保等准入条件上有较高的门槛，市场需求以中、大排量和酷炫的外观超级运动车、旅行车为主，因此目前参与企业仍以欧美本土企业及日本企业为主。以美国市场为例，占主导地位的制造商主要是美国本土的哈雷戴维森公司、日本的本田和雅马哈，三家合计占有70%以上市场份额。2013年全球摩托车市场份额统计：

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 中国摩托车行业发展概述	1
第一节 行业发展情况概述	1
一、基本情况介绍	1
二、发展特点分析	2
第二节 行业上下游产业链分析	4
一、产业链模型原理介绍	4
二、行业产业链分析	6
第三节 行业生命周期分析	6
一、行业生命周期理论概述	6
二、行业所属的生命周期分析	8
第四节 行业经济指标分析	9

一、行业的赢利性分析	9
二、行业附加值的提升空间分析	10
三、行业进入壁垒与退出机制分析	10
第二章 2015-2016年世界摩托车行业市场发展现状分析	13
第一节 全球摩托车行业发展历程回顾	13
第二节 全球摩托车行业市场规模分析	14
第三节 全球摩托车行业市场区域分布情况	15
第四节 2016-2022年全球摩托车市场规模预测	20
第三章 2015-2016年中国摩托车产业发展环境分析	21
第一节 我国宏观经济环境分析	21
第二节 中国摩托车行业政策环境分析	29
第三节 中国摩托车产业社会环境发展分析	29
一、人口环境分析	29
二、教育环境分析	31
三、文化环境分析	34
四、生态环境分析	35
五、消费观念分析	38
第四章 2015-2016年中国摩托车产业运行情况	41
第一节 中国摩托车行业发展状况情况介绍	41
一、行业发展历程回顾	41
二、行业技术现状分析	42
三、行业发展特点分析	44

中国摩托车工业自二十世纪九十年代开始快速发展，已形成了完整的开发、生产及营销体系，并有了相当一部分独立自主的知识产权，成为世界摩托车产销第一大国。同时，农村城镇化和农村经济的快速发展，也促进了摩托车生产企业的迅速发展。自2007年起，中国摩托车企业凭借性价比优势，占据全球摩托车销量的比例已超过50%。

但自2011年以来，国内摩托车总销量逐年递减，一方面是因为电动车和汽车逐渐替代摩托车成为代步出行工具，禁、限摩托的法律法规也对摩托产业多有限制；同时，由于摩托车行业产品同质化竞争严重，部分厂商无力也不愿意进行市场推广投入、车型开发和技术升级，作为交通工具的摩托车市场不断向边缘城镇和乡村退缩，导致国内摩托车多属于中、低档，缺少美国哈雷，日本本田、川崎等知名企业的高附加值产品。

近年来，我国摩托车市场在逐渐发生变化，助力车、小排量摩托车产销量自2011

年以来持续下降，但以休闲娱乐为主要目的250cc及以上排量摩托车增速明显，市场空间正不断增大，产品车型逐年增多。随着消费者对摩托车的外观设计、性能和安全性有了更高的要求，中、大排量摩托车市场的娱乐性和个性化特征逐步显现。 2011-2015

中国年二轮摩托车销量变化统计

2011年至2015年，250cc以上排量二轮摩托车销量已由7,210辆增至26,211辆，年均复合增长率达到38.11%；然而其中400cc以上排量摩托车一半以上从美国、日本等国企业进口为主，国内大排量摩托车企业主要以钱江摩托、隆鑫通用和春风动力为主。

第二节 行业市场规模分析 45

第三节 摩托车行业市场供需情况分析 46

一、行业产能情况分析 46

二、行业产值分析 47

三、行业产量统计与分析 48

四、行业需求量分析 48

第四节 摩托车行业发展趋势分析 49

第五章 2015-2016年中国摩托车市场格局分析 51

第一节 中国摩托车行业竞争现状分析 51

第二节 中国摩托车行业集中度分析 52

一、行业市场集中度分析 52

二、行业企业集中度分析 53

三、行业区域集中度分析 54

第三节 行业存在的问题 55

第六章 2015-2016年中国摩托车行业竞争情况 56

第一节 行业竞争结构分析 56

一、现有企业间竞争 56

二、潜在进入者分析 56

三、替代品威胁分析 57

四、供应商议价能力 57

五、客户议价能力 57

第二节 行业SWOT分析 58

一、行业优势分析 58

二、行业劣势分析 58

三、行业机会分析	59
四、行业威胁分析	59
第三节 行业竞争力优势分析	60
第七章 2015-2016年摩托车制造所属行业数据监测	62
第一节 中国摩托车所属行业规模分析	62
一、企业数量分析	62
二、资产规模分析	62
三、销售规模分析	63
四、利润规模分析	63
第二节 中国摩托车所属行业产值分析	64
第三节 中国摩托车所属行业成本费用分析	64
第四节 中国摩托车所属行业运营效益分析	64
第八章 2015-2016年摩托车行业重点生产企业分析	67
第一节 公司一	67
一、企业概况	67
二、企业主要经济指标分析	67
三、企业盈利能力分析	68
四、企业偿债能力分析	68
五、企业运营能力分析	68
六、企业成长能力分析	68
第二节 公司二	69
一、企业概况	69
二、企业主要经济指标分析	69
三、企业盈利能力分析	70
四、企业偿债能力分析	70
五、企业运营能力分析	70
六、企业成长能力分析	71
第三节 公司三	71
一、企业概况	71
二、企业主要经济指标分析	72
三、企业盈利能力分析	73
四、企业偿债能力分析	74
五、企业运营能力分析	75

六、企业成长能力分析	75
第四节 公司四	76
一、企业概况	76
二、企业主要经济指标分析	76
三、企业盈利能力分析	77
四、企业偿债能力分析	77
五、企业运营能力分析	77
六、企业成长能力分析	78
第五节 公司五	78
一、企业概况	78
二、企业主要经济指标分析	79
三、企业盈利能力分析	79
四、企业偿债能力分析	80
五、企业运营能力分析	80
六、企业成长能力分析	80
第九章 2016-2022年中国摩托车行业发展前景分析与预测	81
第一节 2016-2022年摩托车行业未来发展前景分析	81
一、2016-2022年摩托车行业国内投资环境分析	81
二、2016-2022年摩托车行业市场机会分析	82
三、2016-2022年摩托车行业投资增速预测	82
第二节 2016-2022年摩托车行业未来发展趋势预测	84
第三节 2016-2022年摩托车行业市场发展预测	84
一、2016-2022年摩托车行业市场规模预测	84
二、2016-2022年摩托车行业市场规模增速预测	85
三、2016-2022年摩托车行业产值规模预测	85
四、2016-2022年摩托车行业产值增速预测	86
第四节 2016-2022年摩托车行业盈利走势预测	87
一、2016-2022年摩托车行业毛利润同比增速预测	87
二、2016-2022年摩托车行业利润总额同比增速预测	87
第十章 2016-2022年摩托车行业投资风险与营销分析	89
第一节 2016-2022年摩托车行业进入壁垒分析	89
一、技术壁垒分析	89
二、规模壁垒分析	89

三、品牌壁垒分析	89
四、其他壁垒分析	90
第二节 2016-2022年摩托车行业投资风险分析	90
一、政策风险分析	90
二、技术风险分析	90
三、竞争风险分析	90
四、其他风险分析	90
第十一章 2016-2022年摩托车行业发展策略及投资建议	92
第一节 2016-2022年摩托车行业市场重点客户战略实施	92
一、实施重点客户战略的必要性	92
二、合理确立重点客户	93
三、对重点客户的营销策略	94
四、强化重点客户的管理	94
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	94
第二节 2016-2022年摩托车行业发展策略分析	96
第三节 2016-2022年摩托车投资建议	96

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2016-2022年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测
图表：摩托车行业产业链

- 图表：2011-2015年我国摩托车行业企业数量增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业亏损企业数量增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业从业人数增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业资产规模增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业产成品增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业工业销售产值增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业销售成本增长趋势图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业费用使用统计图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业主要盈利指标统计图
- 图表：2011-2015年我国摩托车行业主要盈利指标增长趋势图
- 图表：企业1
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业2
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业3
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年摩托车行业市场供给

图表：2011-2015年摩托车行业市场需求

图表：2011-2015年摩托车行业市场规模

图表：摩托车所属行业生命周期判断

图表：摩托车所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国摩托车行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国摩托车行业供给预测

图表：2016-2022年中国摩托车行业需求预测

图表：2016-2022年中国摩托车行业价格指数预测

图表：.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/280925.html>