

2021-2026年中国电动摩托车及脚踏车行业全景评估及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国电动摩托车及脚踏车行业全景评估及投资规划建议报告》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/channel/yssb/694575.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

2020年中国电动摩托车及脚踏车出口数量为1794万辆，同比增长34.4%。从月度数据来看，2020年1-2月中国电动摩托车及脚踏车出口数量为106万辆；3-12月期间，中国电动摩托车及脚踏车出口数量于11月达到最高值，为260万辆；在3月达到最低值，为49万辆。

2020年1-12月中国电动摩托车及脚踏车出口数量

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 电动摩托车及脚踏车行业相关概述

第一节 电动摩托车及脚踏车行业相关概述

一、产品概述

二、产品分类

第二节 电动摩托车及脚踏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 2020年电动摩托车及脚踏车行业发展环境分析

第一节 2020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、全国居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电动摩托车及脚踏车行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策及标准分析

第三节 中国电动摩托车及脚踏车行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、中国城镇化率

第三章 2016-2026年中国电动摩托车及脚踏车市场供需分析

第一节 中国电动摩托车及脚踏车市场供给情况分析

一、2016-2020年中国电动摩托车及脚踏车产值分析

二、2021-2026年中国电动摩托车及脚踏车产值预测分析

第二节 中国电动摩托车及脚踏车市场需求情况分析

一、2016-2020年中国电动摩托车及脚踏车市场规模分析

二、2021-2026年中国电动摩托车及脚踏车市场规模预测分析

第三节 2020年中国电动摩托车及脚踏车市场价格分析

第四章 中国电动摩托车及脚踏车行业产业链分析

第一节 电动摩托车及脚踏车行业产业链概述

第二节 电动摩托车及脚踏车上游产业发展状况分析

一、铅酸蓄电池行业发展情况分析

二、锂电池行业发展情况分析

三、塑料行业发展情况分析

四、铝合金行业发展情况分析

五、钢材行业发展情况分析

第三节 电动摩托车及脚踏车下游应用需求市场分析

一、个人消费者分析

二、外卖行业用户分析

三、快递行业用户分析

第五章 2016-2020年电动摩托车及脚踏车所属行业进出口数据分析

第一节 2016-2020年电动摩托车及脚踏车进出口情况分析

一、电动摩托车及脚踏车进口情况分析

（一）进口数量状况分析

（二）进口金额状况分析

（三）进口均价分析

二、电动摩托车及脚踏车出口情况分析

（一）出口数量状况分析

（二）出口金额状况分析

2020年中国电动摩托车及脚踏车出口金额为3505446千美元，同比增长26.4%。从月度数据来看，2020年1-2月中国电动摩托车及脚踏车出口金额为275173千美元；3-12月期间，中国电动摩托车及脚踏车出口金额于11月达到最高值，为443424千美元；在3月达到最低值，为131007千美元。

2020年1-12月中国电动摩托车及脚踏车出口金额

(三) 出口流向分析

(四) 出口均价分析

第二节 2016-2020年装有驱动电动机的摩托车及脚踏车进出口情况分析

一、装有驱动电动机的摩托车及脚踏车进口情况分析

(一) 进口数量状况分析

(二) 进口金额状况分析

(三) 进口来源分析

(四) 进口均价分析

二、装有驱动电动机的摩托车及脚踏车出口情况分析

(一) 出口数量状况分析

(二) 出口金额状况分析

(三) 出口流向分析

(四) 出口均价分析

第六章 国内电动摩托车及脚踏车生产厂商竞争力分析

第一节 雅迪科技集团有限公司

一、企业发展基本状况分析

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

第二节 江苏新日电动摩托车及脚踏车股份有限公司

一、企业发展简况

二、企业产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略及前景

第三节 爱玛科技集团股份有限公司

一、企业发展简况

二、企业产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略及前景

第四节 浙江绿源电动摩托车及脚踏车有限公司

一、企业发展基本状况分析

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、企业竞争优势分析

第五节 深圳市深铃车业有限公司

- 一、企业发展基本状况分析
- 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、企业竞争优势分析

第七章 2021-2026年中国电动摩托车及脚踏车行业发展趋势与前景预测

第一节 2021-2026年中国电动摩托车及脚踏车行业投资前景预测

- 一、电动摩托车及脚踏车发展趋势预测
- 二、电动摩托车及脚踏车市场前景预测

第二节 2021-2026年中国电动摩托车及脚踏车行业投资风险分析

- 一、产业政策风险分析
- 二、宏观经济风险分析
- 三、原材料风险分析
- 四、市场竞争风险
- 五、核心技术人员流失风险分析

第八章 电动摩托车及脚踏车企业投资战略与客户策略分析

第一节 电动摩托车及脚踏车企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要「AK LT」
- 二、企业做大做强的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 电动摩托车及脚踏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 电动摩托车及脚踏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 电动摩托车及脚踏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

图表目录：

图表：电动摩托车及脚踏车行业类别

图表：电动摩托车及脚踏车行业产业链调研

图表：电动摩托车及脚踏车行业现状调研

图表：电动摩托车及脚踏车行业标准

图表：2016-2020年中国电动摩托车及脚踏车所属行业市场规模

图表：2020年中国电动摩托车及脚踏车所属行业产能

图表：2016-2020年中国电动摩托车及脚踏车所属行业产量统计

图表：电动摩托车及脚踏车所属行业动态

图表：2016-2020年中国电动摩托车及脚踏车市场需求量

图表：2020年中国电动摩托车及脚踏车所属行业需求区域调研

图表：2016-2020年中国电动摩托车及脚踏车行情

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yssb/694575.html>