

2022-2028年中国摩托车行业分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国摩托车行业分析与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202112/258422.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国摩托车行业分析与投资战略研究报告》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 2015-2019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 2017年泰国摩托车市场销售分析

- 2.1.3 2018年泰国摩托车产销情况
- 2.1.4 2019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 2017年日本摩托车出口情况
 - 2.2.2 2018年日本摩托车出口情况
 - 2.2.3 2019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 2015-2019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 2015-2019年中国摩托车行业发展分析
 - 3.2.1 2017年我国摩托车市场产销简况
 - 3.2.2 2018年我国摩托车市场产销简况
 - 3.2.3 2019年我国摩托车市场产销状况
- 3.3 2015-2019年摩托车整车产量数据分析
 - 3.3.1 2017年全国及主要省份摩托车整车产量分析
 - 3.3.2 2018年全国及主要省份摩托车整车产量分析
 - 3.3.3 2019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
 - 4.1.1 2015-2019年摩托车制造业销售规模
 - 4.1.2 2015-2019年摩托车制造业利润规模
 - 4.1.3 2015-2019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 2015-2019年摩托车制造业亏损面
 - 4.2.2 2015-2019年摩托车制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2015-2019年摩托车制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2015-2019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 2015-2019年摩托车制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2015-2019年摩托车制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2015-2019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 2015-2019年摩托车制造业资产负债率
 - 4.4.2 2015-2019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 2015-2019年中国农村摩托车市场分析

- 5.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年摩托车所属行业进出口分析

- 6.1 2015-2019年主要贸易国摩托车进出口情况分析
 - 6.1.1 2015-2019年摩托车进口市场分析
 - 6.1.2 2015-2019年摩托车出口市场分析
- 6.3 2015-2019年主要省份摩托车进出口情况分析
 - 6.2.1 2015-2019年摩托车进口市场分析
 - 6.2.2 2015-2019年摩托车出口市场分析
- 6.2 2015-2019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 2015-2019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 2017年重庆摩托车行业运行状况
- 7.1.3 2018年重庆摩托车行业运行状况
- 7.1.4 2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2017年我国轴承行业发展概况
 - 9.1.3 2018年我国轴承行业运行状况分析
 - 9.1.4 2019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 2017年我国摩托车发动机产销情况
 - 9.3.3 2018年我国摩托车发动机产销情况
 - 9.3.4 2019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 2015-2019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 2015-2019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
 - 11.2.1 摩托车产量前50家企业
 - 11.2.2 摩托车销量前50家企业
 - 11.2.3 摩托车出口前50家企业
- 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 2015-2019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 2022-2028年中国摩托车制造行业预测分析

- 13.2.1 2022-2028年中国摩托车制造行业收入预测
- 13.2.2 2022-2028年中国摩托车制造行业利润预测
- 13.2.3 2022-2028年中国摩托车制造行业产值预测
- 13.2.4 2022-2028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 2015-2019年摩托车产业政策环境分析（）

- 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（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/258422.html>