

2020-2025年中国摩托车行业竞争格局分析及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国摩托车行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》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/511854.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

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。

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

1.1 摩托车行业定义及特点

1.1.1 摩托车行业的定义

1.1.2 摩托车行业产品/服务特点

1.2 摩托车行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 摩托车行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势预测分析

2.2 进入本行业的主要障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2019年中国摩托车行业发展环境分析

3.1 摩托车行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 摩托车行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 摩托车行业社会环境分析（S）

3.3.1 摩托车产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 摩托车行业技术环境分析（T）

3.4.1 摩托车技术分析

1、摩托车电喷技术探讨

2、摩托车减震器分析

3、摩托车发动机的技术分析

4、摩托车用材料分析

5、摩托车技术发展趋势预测分析

3.4.2 摩托车技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势预测分析

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球摩托车行业发展概述

4.1 2015-2019年全球摩托车行业发展情况概述

4.1.1 全球摩托车行业发展现状调研

4.1.2 全球摩托车行业发展特征

4.1.3 全球摩托车行业市场规模

4.2 2015-2019年全球主要地区摩托车行业发展情况分析

4.2.1 欧洲

4.2.2 美国

4.2.3 日韩

4.3 2020-2025年全球摩托车行业发展前景预测分析

- 4.3.1 全球摩托车行业市场规模预测分析
- 4.3.2 全球摩托车行业发展前景预测
- 4.3.3 全球摩托车行业发展趋势预测
- 4.4 全球摩托车行业重点企业发展动态分析

第五章 中国摩托车行业发展概述

- 5.1 中国摩托车行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国摩托车行业发展阶段
 - 5.1.2 中国摩托车行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国摩托车行业发展特点分析
- 5.2 2015-2019年摩托车行业发展现状调研
 - 5.2.1 2015-2019年中国摩托车行业市场规模
 - 5.2.2 2015-2019年中国摩托车行业发展分析
- 5.3 2020-2025年中国摩托车行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国摩托车行业面临的问题
 - 1、制约中国摩托车行业发展的不足
 - 2、国内摩托车行业发展存在的困惑
 - 3、中国摩托车行业技术方面的限制
 - 5.3.2 中国摩托车企业发展困境及策略分析
 - 5.3.3 国内摩托车企业的出路分析

第六章 中国摩托车所属行业市场运行分析

- 6.1 2015-2019年中国摩托车所属行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析
 - 6.1.2 人员规模状况分析
 - 6.1.3 行业资产规模分析
 - 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2015-2019年中国摩托车所属行业产销情况分析
 - 6.2.1 中国摩托车所属行业工业总产值
 - 6.2.2 中国摩托车所属行业工业销售产值
 - 6.2.3 中国摩托车所属行业产销率
- 6.3 2015-2019年中国摩托车所属行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国摩托车所属行业供给分析
 - 6.3.2 中国摩托车所属行业需求分析
 - 6.3.3 中国摩托车所属行业供需平衡

6.4 2015-2019年中国摩托车所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国摩托车行业细分市场分析

7.1 摩托车行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势预测分析

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 两轮车市场

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场的需求分析

7.2.3 产品市场潜力分析

7.3 边三轮市场

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场的需求分析

7.3.3 产品市场潜力分析

7.4 正三轮市场

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场的需求分析

7.4.3 产品市场潜力分析

第八章 中国摩托车行业上、下游产业链分析

8.1 摩托车行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 摩托车行业产业链

8.2 摩托车行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状调研

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 摩托车行业主要下游产业发展分析

- 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状调研
- 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析
- 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

第九章 中国农村摩托车市场分析

- 9.1 农村摩托车市场发展分析
 - 9.1.1 摩托车销售转向农村市场
 - 9.1.2 农村摩托车市场概况
 - 9.1.3 摩托车农村市场的特点
 - 9.1.4 农村摩托车市场的细分
 - 9.1.5 中国摩托车农村市场机遇与前景预测
- 9.2 中国农村摩托车市场的需求特点
 - 9.2.1 知名品牌是买车的首选
 - 9.2.2 期望实在服务
 - 9.2.3 低价位和高质量
- 9.3 农村摩托车安全管理存在的问题及对策
 - 9.3.1 农村摩托车安全管理面临的基本问题
 - 9.3.2 影响农村摩托车安全管理的主要原因
 - 9.3.3 加强农村摩托车安全管理的对策
 - 9.3.4 规范农村摩托车管理的具体措施
- 9.4 农村摩托车市场的发展对策
 - 9.4.1 农村摩托车市场的发展策略
 - 9.4.2 开拓农村摩托车市场的要点

第十章 中国摩托车行业领先企业竞争力分析

- 10.1 济南轻骑摩托车股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本状况分析
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 中国嘉陵工业股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本状况分析
 - 10.2.2 企业主要产品分析

- 10.2.3 企业竞争优势分析
- 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 重庆宗申动力机械股份有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本状况分析
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 浙江钱江摩托股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本状况分析
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 新大洲控股股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本状况分析
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 豪爵控股有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本状况分析
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 五羊-本田摩托（广州）有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本状况分析
 - 10.7.2 企业主要产品分析

- 10.7.3 企业竞争优势分析
- 10.7.4 企业经营状况分析
- 10.7.5 企业最新发展动态
- 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 哈雷戴维森（上海）商贸有限公司竞争力分析
- 10.8.1 企业发展基本状况分析
- 10.8.2 企业主要产品分析
- 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.8.4 企业经营状况分析
- 10.8.5 企业最新发展动态
- 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 力帆实业（集团）股份有限公司竞争力分析
- 10.9.1 企业发展基本状况分析
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 铃木（中国）投资有限公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本状况分析
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2020-2025年中国摩托车行业发展趋势与前景预测

- 11.1 2020-2025年中国摩托车市场发展前景
- 11.1.1 2020-2025年摩托车市场发展潜力
- 11.1.2 2020-2025年摩托车市场发展前景展望
- 11.1.3 2020-2025年摩托车细分行业发展前景预测
- 11.2 2020-2025年中国摩托车市场发展趋势预测分析
- 11.2.1 2020-2025年摩托车行业发展趋势预测分析
- 11.2.2 2020-2025年摩托车市场规模预测分析
- 11.2.3 2020-2025年摩托车行业应用趋势预测分析

- 11.2.4 2020-2025年细分市场发展趋势预测分析
- 11.3 2020-2025年中国摩托车行业供需预测分析
 - 11.3.1 2020-2025年中国摩托车行业供给预测分析
 - 11.3.2 2020-2025年中国摩托车行业需求预测分析
 - 11.3.3 2020-2025年中国摩托车供需平衡预测分析
 - 11.3.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势预测分析

第十二章 2020-2025年中国摩托车行业投资前景

- 12.1 摩托车行业投资机会分析
 - 12.1.1 产业链投资机会
 - 12.1.2 细分市场投资机会
 - 12.1.3 重点区域投资机会
 - 12.1.4 产业发展的空白点分析
- 12.2 摩托车行业投资风险分析
 - 12.2.1 摩托车行业政策风险
 - 12.2.2 宏观经济风险
 - 12.2.3 市场竞争风险
 - 12.2.4 关联产业风险
 - 12.2.5 产品结构风险
 - 12.2.6 技术研发风险
 - 12.2.7 其他投资风险
- 12.3 摩托车行业投资潜力与建议
 - 12.3.1 摩托车行业投资潜力分析
 - 12.3.2 摩托车行业最新投资动态
 - 12.3.3 摩托车行业投资机会与建议

第十三章 摩托车行业营销分析

- 13.1 摩托车经销商的发展之路分析
 - 13.1.1 煎熬期
 - 13.1.2 存活期
 - 13.1.3 成功期
 - 13.1.4 快速发展期
 - 13.1.5 成熟期
- 13.2 摩托车最终用户的服务营销分析
 - 13.2.1 售前服务

13.2.2 售中服务

13.2.3 售后服务

13.2.4 服务营销的优势

13.3 摩托车的品牌营销策略

13.3.1 精选品类，细化步骤

13.3.2 加深沟通，做精零售

13.3.3 差异化打造品牌服务

13.3.4 涉足制造，拓展大空间

13.3.5 打造自身品牌

13.4 摩托车产品的营销步骤

13.4.1 营销切入模式的选择

13.4.2 差异化推广策略

13.4.3 掌握四定原理

13.4.4 加强网络规划以及目标管理

13.4.5 掌握市场生命周期

13.4.6 特色性促销推广模式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议「AK LT」

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表 摩托车行业特点

图表 摩托车行业生命周期

图表 摩托车行业产业链分析

图表 2015-2019年摩托车行业市场规模分析

图表 2020-2025年摩托车行业市场规模预测分析

图表 中国摩托车行业盈利能力分析

图表 中国摩托车行业运营能力分析

图表 中国摩托车行业偿债能力分析

图表 中国摩托车行业发展能力分析

图表 中国摩托车行业经营效益分析

图表 2015-2019年摩托车重要数据指标比较

图表 2015-2019年中国摩托车行业销售情况分析

图表 2015-2019年中国摩托车行业利润情况分析

图表 2015-2019年中国摩托车行业资产情况分析

图表 2015-2019年中国摩托车竞争力分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/511854.html>