

2017-2022年中国山地车产业深度调研与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国山地车产业深度调研与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/qita/668477EXE7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

山地车，起源于美国，1974年 Gary Fisher、Charlie Kelly、Tom Ritchey想要一辆可以在公路外骑行的自行车，远离“警察、汽车和建筑物”，于是他们开始将配件和摩托车部件安装到二战前结实的单沙滩车上。

同一年，Gary Fisher和他的朋友们无惧死亡的“塔马尔帕斯山之行”为全新骑行风格的诞生铺平了道路。随着 Gary Fisher 在山地领域引起的巨大反响，他的 Klunker 随后被 Mountain Bike Action 杂志评选为“历史十大山地车”之一。

1976年Charlie Kelly开始推动焕然一新的下坡赛，这是第一个伟大的山地自行车活动。Charlie Kelly委托制造商 Joe Breeze 设计并开发越野自行车，这是有史以来制造的第一批“山地自行车”并命名为“Breeze”。

Joe Breeze以Breeze为原型在1977年至1978年之间完成设计和制造了9个系列的车型，Breeze的原型车现在在美国史密森学会的国家博物馆收藏。

山地车是专门为越野（丘陵，小径，原野及砂土碎石道等）行走而设计的自行车，一九七七年诞生于美国西岸的旧金山。当时，一群热衷于骑沙滩自行车在山坡上玩乐的年轻人，突发奇想：“要是能骑着自行车从山上飞驰而下，一定非常有趣。”于是便开始越野自行车的设计，正式命名为山地车则是在两年后的事。从此，“速降竞技”作为体育比赛中的一个新项目崭露头角，运动员骑山地车沿规定的下坡线路高速滑降，速度快者为胜，吸引了众多的爱好者。自行车虽然始于欧洲，但美国人发明的山地车却一扫传统的自行车概念，将一股新风吹遍全球。如今已受到越来越多的中国年轻人喜欢，成为一种健康时尚的运动受到人们的欢迎。

山地车的组成

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国山地车产业深度调研与投资前景评估报告》共十四章。首先介绍了山地车行业市场发展环境、山地车整体运行态势等，接着分析了山地车行业市场运行的现状，然后介绍了山地车市场竞争格局。随后，报告对山地车做了重点企业经营状况分析，最后分析了山地车行业发展趋势与投资预测。您若想对山地车产业有个系统的了解或者想投资山地车行业，本报告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 山地车行业发展综述

1.1 山地车行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业分类

1.1.3 产业链结构

1.2 山地车行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国山地车行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 山地车行业运行环境分析

2.1 山地车行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 山地车行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 山地车行业社会环境分析

2.3.1 山地车产业社会环境

- 2.3.2 社会环境对行业的影响
- 2.3.3 山地车产业发展对社会发展的影响
- 2.4 山地车行业技术环境分析
 - 2.4.1 山地车技术分析
 - 2.4.2 山地车技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国山地车行业运行分析

3.1 我国山地车行业发展状况分析

国内山地车消费结构分析资料来源：公开资料整理

- 3.1.1 我国山地车行业发展阶段
- 3.1.2 我国山地车行业发展总体概况
- 3.1.3 我国山地车行业发展特点分析
- 3.2 2014-2016年山地车行业发展现状
 - 3.2.1 2014-2016年我国山地车行业市场规模
 - 3.2.2 2014-2016年我国山地车行业发展分析
 - 3.2.3 2014-2016年中国山地车企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2014-2016年重点省市市场分析
- 3.4 山地车细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2014-2016年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 山地车产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2014-2016年山地车价格走势
 - 3.5.2 影响山地车价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需
 - (3) 关联
 - (4) 其他

3.5.3 2017-2022年山地车产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要山地车企业价位及价格策略

第四章 我国山地车行业整体运行指标分析

4.1 2014-2016年中国山地车行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2014-2016年中国山地车行业产销情况分析

4.2.1 我国山地车行业总产值

4.2.2 我国山地车行业销售收入

4.3 2014-2016年中国山地车行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国山地车行业供需形势分析

5.1 山地车行业供给分析

5.1.1 2014-2016年山地车行业供给分析

5.1.2 2017-2022年山地车行业供给变化趋势

5.1.3 山地车行业区域供给分析

5.2 2014-2016年我国山地车行业需求情况

5.2.1 山地车行业需求市场

5.2.2 山地车行业客户结构

5.2.3 山地车行业需求的地区差异

5.3 山地车市场应用及需求预测

5.3.1 山地车应用市场总体需求分析

(1) 山地车应用市场需求特征

(2) 山地车应用市场需求总规模

5.3.2 2017-2022年山地车行业领域需求量预测

(1) 2017-2022年山地车行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2017-2022年山地车行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业山地车产品/服务需求分析预测

第六章 山地车行业产业结构分析

6.1 山地车产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国山地车行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 山地车产业结构调整方向分析

6.3.5 建议

第七章 我国山地车行业产业链分析

7.1 山地车行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 山地车上游行业分析

7.2.1 山地车产品成本构成

7.2.2 2014-2016年上游行业发展现状

7.2.3 2017-2022年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对山地车行业的影响

7.3 山地车下游行业分析

7.3.1 山地车下游行业分布

7.3.2 2014-2016年下游行业发展现状

7.3.3 2017-2022年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对山地车行业的影响

第八章 我国山地车行业渠道分析及策略

8.1 山地车行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对山地车行业的影响

8.1.3 主要山地车企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 山地车行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 山地车行业营销策略分析

8.3.1 中国山地车营销概况

8.3.2 山地车营销策略探讨

8.3.3 山地车营销发展趋势

第九章 我国山地车行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 山地车行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 山地车行业企业间竞争格局分析

9.1.3 山地车行业集中度分析

9.1.4 山地车行业SWOT分析

9.2 中国山地车行业竞争格局综述

9.2.1 山地车行业竞争概况

- (1) 中国山地车行业竞争格局
- (2) 山地车行业未来竞争格局和特点
- (3) 山地车市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国山地车行业竞争力分析

- (1) 我国山地车行业竞争力剖析
- (2) 我国山地车企业市场竞争的优势
- (3) 国内山地车企业竞争能力提升途径

9.2.3 山地车市场竞争策略分析

第十章 山地车行业领先企业经营形势分析

第一节 中路股份有限公司

- 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 上海凤凰有限公司

- 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 深圳喜德盛有限公司

- 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 天津飞踏有限公司

- 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 斯洛登科技有限公司

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

第十一章 2017-2022年山地车行业投资前景

11.1 2017-2022年山地车市场发展前景

11.1.1 2017-2022年山地车市场发展潜力

11.1.2 2017-2022年山地车市场发展前景展望

11.1.3 2017-2022年山地车细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年山地车市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年山地车行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年山地车市场规模预测

11.2.3 2017-2022年山地车行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2017-2022年中国山地车行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国山地车行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国山地车行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国山地车供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2022年山地车行业投资机会与风险

- 12.1 山地车行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2017-2022年山地车行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2017-2022年山地车行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 山地车行业投资战略研究

- 13.1 山地车行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国山地车品牌的战略思考
 - 13.2.1 山地车品牌的重要性
 - 13.2.2 山地车实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 山地车企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国山地车企业的品牌战略
 - 13.2.5 山地车品牌战略管理的策略

13.3 山地车经营策略分析

13.3.1 山地车市场细分策略

13.3.2 山地车市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 山地车新产品差异化战略

13.4 山地车行业投资战略研究

13.4.1 2017年山地车行业投资战略

13.4.2 2017-2022年山地车行业投资战略

13.4.3 2017-2022年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（ZYPX）

14.1 山地车行业研究结论

14.2 山地车行业投资价值评估

14.3 山地车行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表1：山地车行业生命周期

图表2：山地车行业产业链结构

图表3：2014-2016年全球山地车行业市场规模

图表4：2014-2016年中国山地车行业市场规模

图表5：2014-2016年山地车行业重要数据指标比较

图表6：2014-2016年中国山地车市场占全球份额比较

图表7：2014-2016年山地车行业总产值

图表8：2014-2016年山地车行业销售收入

图表9：2014-2016年山地车行业利润总额

图表10：2014-2016年山地车行业资产总计

图表11：2014-2016年山地车行业负债总计

图表12：2014-2016年山地车行业竞争力分析

图表13：2014-2016年山地车市场价格走势

图表14：2014-2016年山地车行业主营业务收入
图表15：2014-2016年山地车行业主营业务成本
图表16：2014-2016年山地车行业销售费用分析
图表17：2014-2016年山地车行业管理费用分析
图表18：2014-2016年山地车行业财务费用分析
图表19：2014-2016年山地车行业销售毛利率分析
图表20：2014-2016年山地车行业销售利润率分析
图表21：2014-2016年山地车行业成本费用利润率分析
图表22：2014-2016年山地车行业总资产利润率分析
图表23：2014-2016年山地车行业集中度
……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/668477EXE7.html>