

# 2006-2007年中国摩托车市 场研究年度报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2006-2007年中国摩托车市场研究年度报告》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/motuoche/668477IPL7.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

[b]2006-2007年中国[b]摩托车[/b]市场研究年度报告 内容介绍：[/b]

### 一、行业简介

#### (一) 行业定义及范围界定

##### 1、行业定义

##### 2、分类

#### (二) 发展历史回顾

##### 1、起步发展时期

##### 2、蓬勃发展时期

##### 3、高速发展时期

### 二、宏观环境分析

#### (一) 政策法律分析

##### 1、规范摩托车产品出口秩序

##### 2、摩托车生产准入管理

#### (二) 经济分析

##### 1、经济增长

##### 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

##### 3、城镇人员从业状况

##### 4、存贷款利率变化

##### 5、财政收支状况

#### (三) 技术分析

##### 1、产品研发能力

##### 2、制造水平及加工工艺

#### (四) 社会人口分析

##### 1、人口规模分析

##### 2、年龄结构分析

##### 3、学历结构分析

### 三、市场分析

#### (一) 市场规模

#### (二) 产品结构

##### 1、按摩托车的车轮数细分的产品结构

## 2、按排量细分的产品结构

### (三) 市场结构

### (四) 品牌市场结构

### (五) 市场特征

- 1、市场规模不断扩大，摩托车的产量与产品销售收入逐年上升
- 2、中、低排量的摩托车仍然是市场的主流产品
- 3、中南、华东、西南地区产量和销售收入仍占整个行业的很大比例

## 四、市场竞争分析

### (一) 集中度分析

- 1、行业前四名市场占有率
- 2、集中度状态描述及趋势

### (二) 价值链分析

- 1、产业链结构
- 2、产业链主要环节盈利状况分析

### (三) 行业生命周期分析

## 五、主要厂商分析

### (一) 大长江集团有限公司

- 1、市场份额
- 2、主营业务收入及利润情况

### (二) 中国嘉陵集团

- 1、市场份额
- 2、产品结构
- 3、主营业务收入及利润情况

### (三) 新大洲控股股份有限公司

- 1、市场份额
- 2、产品结构
- 3、主营业务收入及利润情况

### (四) 中国轻骑集团有限公司

- 1、市场份额
- 2、产品结构
- 3、主营业务收入及利润情况

### (五) 重庆建设雅马哈摩托车有限公司

## 1、市场份额

### (六) 力帆实业（集团）有限公司

## 1、市场份额

## 2、主营业务收入及利润情况

## 六、市场发展趋势分析

### (一) 市场发展趋势

#### 1、市场规模将继续扩大

#### 2、集中度仍将稳步提高

#### 3、西南、华东、中南地区的市场占有率将继续提高

#### 4、摩托车产品逐渐向中小排量上发展

### (二) 市场规模预测

### (三) 市场结构预测

## 七、市场发展策略与建议

### (一) 产品策略

### (二) 价格策略

### (三) 渠道策略

### (四) 销售策略

#### 1、广告促销

#### 2、折扣折让

#### 3、信用销售

#### 4、现场展示

#### 5、发放促销品

#### 6、关系营销

### (五) 服务策略

### (六) 品牌策略

## 图目录

图 1 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况

图 2 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图 3 2004-2006年中国城镇从业人员数量

图 4 1997-2006年中国存款利率变动情况

图 5 1997-2006年中国存款利率变动情况

图 6 2001-2005年中国财政收支状况

图 7 2001-2005年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重

图 8 2001-2005年中国财政收支结构

图 9 1986-2005年中国人口数量与增长率情况

图 10 2006年末中国人口年龄结构

图 11 2005年末中国学历结构

图 12 2002-2006摩托车产量走势

图 13 2002-2006年中国摩托车制造业销售收入变化趋势

图 14 按摩托车的车轮数细分的产品结构

图 15 2006年中国摩托车产量的区域市场结构

图 16 2006年中国摩托车销售收入的区域市场结构

图 17 各摩托车品牌总销量的市场占有率（%）

图 18 各摩托车品牌出口销量

图 19 2005年摩托车行业前4名的销量

图 20 2005年摩托车行业前4名市场占有率

图 21 2007-2011年摩托车销售收入和同比增长率

图 22 2007-2011年各地区摩托车产量和同比增长率

图 23 2007-2011年各地区摩托车产量和同比增长率

表目录

表 1 按行业细分的城镇从业人员数量

表 2 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况

表 3 按排量细分的产品结构

表 4 各摩托车品牌总销量列表

表 5 产业生命周期主要特征列表

表 6 2005年大长江集团市场份额情况

表 7 2005年嘉陵集团市场份额情况

表 8 嘉陵集团产品结构情况

表 9 2005年新大洲集团市场份额情况

表 10 2005年新大洲集团产品结构情况

表 11 2005年轻骑集团市场份额情况

表 12 2005年轻骑集团产品结构情况

表 13 2005年建设集团市场份额情况

表 14 2005年力帆集团市场份额情况

表 15 2002-2006年摩托车销售收入和自变量数值

表 16 多元线性回归的数据预测( $R^2=1.0$ )

表 17 2007-2011年中国摩托车销售收入的预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/motuoche/668477IPL7.html>