

# 2016-2022年中国摩托车市 场运行动态分析及投资前景战略研究报告

## 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

《2016-2022年中国摩托车市场运行动态分析及投资前景战略研究报告》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.abaogao.com/b/motuoche/883827VGHE.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

### 前言

摩托车作为一个高度综合的整体，其涉及零配件的数量、品种较多，根据摩托车整车制造行业主要产品结构，行业主要上游行业有钢铁行业、铝材行业、橡胶行业、塑料行业以及有色金属合金行业等。

摩托车整车制造行业下游产业主要有物流行业以及摩托车消费市场，一方面作为消费品，满足人们日常生活和交通出行的便利，另一方面也可作为生产工具，满足生产经营的需要。其下游为各级经销商和最终用户，因此，销售渠道的分布、生活水平的高低、消费习惯、特定的生产用途和需要将影响产品的最终销售。

目前，我国摩托车从排量上可以划分为从50cc带动力装置的自行车到超过1000cc大型摩托车等各种类别。按车型可以划分为：小型踏板摩托车、公路赛车、机动脚踏两用车、用于摩托旅游等的美式摩托车和大型旅游车等各种类型。

本摩托车行业研究报告共十章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国摩托车行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国摩托车行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国摩托车行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国摩托车行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录：

#### 第1章 摩托车整车制造行业发展综述 1

##### 1.1 行业定义及分类 1

###### 1.1.1 行业界定 1

###### 1.1.2 行业产品分类 2

## 1.2 行业统计标准 2

### 1.2.1 统计部门与口径 2

### 1.2.2 行业统计方法 2

### 1.2.3 行业数据种类 3

## 1.3 摩托车产业链分析 5

### 1.3.1 产业链简介 5

#### 1、产业链模型介绍

产业链定义：即从一种或几种资源通过若干产业层次不断向下游产业转移直至到达消费者的路径，它包含四层含义：一是产业链是产业层次的表达。二是产业链是产业关联程度的表达。产业关联性越强，链条越紧密，资源的配置效率也越高。三是产业链是资源加工深度的表达。产业链越长，表明加工可以达到的深度越深。四是产业链是满足需求程度的表达。产业链始于自然资源、止于消费市场，但起点和终点并非固定不变。

产业链是一个包含价值链、企业链、供需链和空间链四个维度的概念。这四个维度在相互对接的均衡过程中形成了产业链这种“对接机制”是产业链形成的内模式，作为一种客观规律，它像一只“无形之手”调控着产业链的形成。

产业链是产业经济学中的一个概念，是各个产业部门之间基于一定的技术经济关联，并依据特定的逻辑关系和时空布局关系客观形成的链条式关联关系形态。产业链主要是基于各个地区客观存在的区域差异，着眼发挥区域比较优势，借助区域市场协调地区间专业化分工和多维性需求的矛盾，以产业合作作为实现形式和内容的区域合作载体。

产业链的本质是用于描述一个具有某种内在联系的企业群结构，它是一个相对宏观的概念，存在两维属性：结构属性和价值属性。产业链中大量存在着上下游关系和相互价值的交换，上游环节向下游环节输送产品或服务，下游环节向上游环节反馈信息。

产业链分为接通产业链和延伸产业链。

接通产业链是指将一定地域空间范围内的断续的产业部门（通常是产业链的断环和孤环形式）借助某种产业合作形式串联起来；

延伸产业链则是将一条既已存在的产业链尽可能地向上下游拓深延展。产业链向上游延伸一般使得产业链进入到基础产业环节和技术研发环节，向下游拓深则进入到市场拓展环节。产业链的实质就是不同产业的企业之间的关联，而这种产业关联的实质则是各产业中的企业之间的供给与需求的关系。

随着技术的发展，迂回生产程度的提高，生产过程划分为一系列有关联的生产环节。分工与交易的复杂化对使得在经济中通过什么样的形式联结不同的分工与交易活动成为日益突出的问题。企业组织结构随分工的发展而呈递增式增加。因此，搜寻一种企业组织结构以节省交

易费用并进一步促进分工的潜力，相对于生产中的潜力会大大增加。企业难以应付越来越复杂的分工与交易活动，不得不依靠企业间的相互关联，这种搜寻最佳企业组织结构的动力与实践就成为产业链形成的条件。

产业链的形成首先是由社会分工引起的，在交易机制的作用下不断引起产业链组织的深化。在图中，C1、C2、C3表示社会分工的程度，其中， $C3 > C2 > C1$ 表示社会分工程度的不断加深；A1、A2、A3表示市场交易的程度， $A3 > A2 > A1$ 表示市场交易程度的不断加深；B1、B2、B3表示产业链的发展程度，其中， $B3 > B2 > B1$ 表示产业链条的不断延伸和产业链形式的日益复杂化。三个坐标相交的原点0，表示既无社会分工也无市场交易更无产业链产生的初始状态。

从C1点开始，而不是从坐标原点开始，意味着社会分工是市场交易的起点，也是产业链产生的起点。社会分工C1的存在促进了市场交易程度A1的产生，在A1作用下，需要B1的产业链形式与它对接。B1这种产业链形式的产生又促进了社会分工的进一步发展，于是，社会分工就从C1演化到C2。相应地，在C2的作用下，市场交易程度从A1发展到A2，A2又促进了产业链形式从B1发展到B2。接着，按照同样的原理，B2促使C2发展到C3，C3又促使A2发展到A3，A3又促使产业链从B2发展到B3如此周而复始，使产业链不断形成发展。

产业链形成的动因在于产业价值的实现和创造。产业链是产业价值实现和增值的根本途径。任何产品只有通过最终消费才能实现，否则所有中间产品的生产就不能实现。同时，产业链也体现了产业价值的分割。随着产业链的发展，产业价值由在不同部门间的分割转变为在不同产业链节点上的分割。产业链也是为了创造产业价值最大化，它的本质是体现“1+1>2”的价值增值效应。这种增值往往来自产业链的乘数效应，它是指产业链中的某一个节点的效益发生变化时，会导致产业链中的其他关联产业相应地发生倍增效应。产业链价值创造的内在要求是：生产效率 $\geq$ 内部企业生产效率之和（协作乘数效应）；同时，交易成本 $\leq$ 内部企业间的交易成本之和（分工的网络效应）。企业间的关系也能够创造价值。价值链创造的价值取决于该链中企业间的投资。不同企业间的关系将影响它们的投资，并进而影响被创造的价值。通过鼓励企业做出只有在关系持续情况下才有意义的投资，关系就可以创造出价值来。

摩托车作为一个高度综合的整体，其涉及零配件的数量、品种较多，根据摩托车整车制造行业主要产品结构，行业主要上游行业有钢铁行业、铝材行业、橡胶行业、塑料行业以及有色金属合金行业等。

摩托车整车制造行业下游产业主要有物流行业以及摩托车消费市场，一方面作为消费品，满足人们日常生活和交通出行的便利，另一方面也可作为生产工具，满足生产经营的需要。其下游为各级经销商和最终用户，因此，销售渠道的分布、生活水平的高低、消费习惯、特定

的生产用途和需要将影响产品的最终销售。

1.3.2 下游市场分析 8

1.3.3 上游市场分析 12

## 第2章 摩托车整车制造行业发展环境分析 21

2.1 行业政策环境分析 21

2.1.1 行业管理体制 21

2.1.2 行业法律法规 21

2.1.3 行业政策规划 27

2.1.4 政策环境对行业影响 43

2.2 行业经济环境分析 44

2.2.1 全球经济环境分析 44

2.2.2 国内经济环境分析 65

2.2.3 经济环境对行业影响 82

2.3 行业社会环境分析 83

2.3.1 居民收入情况 83

2.3.2 居民消费结构分析 85

2.3.3 行业消费需求特征分析 91

(1) 价格需求分析 91

(2) 质量需求分析 92

(3) 购买过程分析 92

(4) 信息获取分析 93

(5) 服务需求的分析 93

2.3.4 消费需求趋势分析 94

## 第3章 摩托车整车制造行业发展分析 96

3.1 行业发展总况 96

3.1.1 行业发展概况 96

3.1.2 行业发展特点 97

3.1.3 行业存在问题 99

3.1.4 行业影响因素 100

## 3.2 行业发展规模分析 102

### 3.2.1 经营规模 102

(1) 工业总产值 102

(2) 企业数量 103

(3) 资产规模 103

### 3.2.2 生产情况分析 104

(1) 产量走势 104

(2) 区域结构 104

(3) 产品结构 106

### 3.2.3 销量情况分析 107

(1) 销量走势 107

(2) 产品结构 110

(3) 销量前10家企业 148

## 3.3 行业经营情况分析 154

### 3.3.1 经营效益分析 154

(1) 销售收入走势 154

(2) 利润总额走势 154

### 3.3.2 盈利能力分析 155

(1) 销售利润率 155

(2) 成本费用利润率 155

(3) 资产收益率 156

### 3.3.3 运营能力分析 156

(1) 应收账款周转率 156

(2) 总资产周转率 157

(3) 流动资产周转率 157

### 3.3.4 偿债能力分析 158

(1) 资产负债率 158

(2) 利息保障倍数 158

### 3.3.5 发展能力分析 159

## 3.4 行业区域市场分析 159

### 3.4.1 销售收入前10省份分析 159

2015年1-6月中国摩托车整车制造行业销售收入前10省份分析 省份 销售收入(千元) 重

重庆市 22961904 广东省 17430808 河南省 10132333 江苏省 5991352 浙江省 4377013  
上海市 3191084 河北省 2506176 山东省 2321401 福建省 766855 广西壮族自治区  
545716 数据来源：国家统计局

#### 3.4.2 资产总额前10省份分析 160

2015年1-6月中国摩托车整车制造行业资产总计前10省份分析 省份 资产总计(千元) 重  
重庆市 45636983 广东省 25424410 浙江省 13196654 江苏省 9262607 河南省 7999323  
上海市 4758368 山东省 4298306 河北省 1185851 福建省 954384 湖南省 928680  
数据来源：国家统计局

#### 3.4.3 负债前10省份分析 160

2015年1-6月中国摩托车整车制造行业负债合计前10省份分析 省份 负债合计(千元) 重  
重庆市 27000285 广东省 14142353 浙江省 7255188 江苏省 4142987 上海市 2612194  
山东省 2356688 河南省 2287519 福建省 703474 广西壮族自治区 426506 河北省  
373192 数据来源：国家统计局

#### 3.4.4 销售成本前10省份分析 161

2015年1-6月中国摩托车整车制造行业销售成本前10省份分析 省份 销售成本(千元) 重  
重庆市 19993357 广东省 15308282 河南省 8949064 江苏省 5419488 浙江省 3820123  
上海市 2569726 河北省 2124908 山东省 2016763 福建省 682941 广西壮族自治区  
473366 数据来源：国家统计局

#### 3.4.5 利润总额前10省份分析 162

### 3.5 行业销售渠道与策略 162

#### 3.5.1 销售渠道分析 162

#### 3.5.2 销售渠道存在问题 163

#### 3.5.3 销售渠道发展趋势与策略 164

#### 3.5.4 行业售后服务发展分析 165

(1) 售后服务发展现状 165

(2) 售后服务存在问题 165

(3) 售后服务发展趋势 166



## 第4章 摩托车整车制造细分产品市场分析 167

### 4.1 行业产品结构特征 167

#### 4.1.1 行业产品结构特征分析 167

目前,我国摩托车从排量上可以划分为从50cc带动力装置的自行车到超过1000cc大型摩托车等各种类别。按车型可以划分为:小型踏板摩托车、公路赛车、机动脚踏两用车、用于摩托旅游等的美式摩托车和大型旅游车等各种类型。

#### 4.1.2 行业产品市场发展概况 167

### 4.2 按轮数量分类 267

#### 4.2.1 三轮摩托车市场分析 267

#### 4.2.2 二轮摩托车市场分析 268

### 4.3 按外形分类 268

#### 4.3.1 踏板车市场分析 268

#### 4.3.2 骑式车市场分析 269

#### 4.3.3 弯梁车市场分析 269

#### 4.3.4 特种车市场分析 269

### 4.4 按排量分类 270

#### 4.4.1 150系列摩托车市场分析 270

#### 4.4.2 125系列摩托车市场分析 271

#### 4.4.3 110系列摩托车市场分析 271

## 第5章 摩托车整车制造进出口市场分析 272

### 5.1 行业进出口综述 272

### 5.2 行业出口分析 273

#### 5.2.1 出口数量 273

#### 5.2.2 出口金额 273

#### 5.2.3 前10家企业出口 274

##### (1) 出口金额 274

##### (2) 出口数量 275

#### 5.2.4 三轮摩托车出口 276

##### (1) 三轮摩托车出口数量与金额 276

##### (2) 货运三轮出口数量与金额 276

(3) 客运三轮出口数量与金额 277

#### 5.2.5 二轮摩托车出口 277

(1) 二轮摩托车出口数量与金额 277

(2) 跨骑式出口数量与金额 278

(3) 弯梁式出口数量与金额 278

(4) 踏板式出口数量与金额 278

#### 5.2.6 二轮摩托车出口 279

(1) 125系列出口数量与金额 279

(2) 150系列出口数量与金额 279

(3) 110系列出口数量与金额 279

(4) 250系列出口数量与金额 280

(5) 50系列出口数量与金额 280

#### 5.2.7 摩托车(按排量分)出口 281

(1) 排量 $\leq$ 50mL出口数量与金额 281

(2) 50mL < 排量 $\leq$ 100mL出口数量与金额 281

(3) 100mL < 排量 $\leq$ 125mL出口数量与金额 282

(4) 125mL < 排量 $\leq$ 150mL出口数量与金额 282

(5) 150mL < 排量 $\leq$ 200mL出口数量与金额 282

#### 5.2.8 出口国家与地区分析 283

### 5.3 行业进口分析 291

5.3.1 进口数量 291

5.3.2 进口金额 292

5.3.3 细分产品 292

5.3.4 进口国家与地区分析 294

## 第6章 摩托车整车制造行业市场竞争分析 297

### 6.1 全球市场竞争分析 297

6.1.1 区域市场竞争分析 297

(1) 生产国家排名分析 297

(2) 消费国家排名分析 298

6.1.2 企业竞争分析 298

6.1.3 全球市场竞争趋势 299

6.2 国内市场竞争分析	301
6.2.1 市场集中度分析	301
(1) 销售收入集中度分析	301
(2) 资产集中度分析	302
(3) 利润集中度分析	302
6.2.2 市场竞争格局	303
(1) 企业竞争格局	303
(2) 产品竞争格局	303
(3) 区域竞争格局	304
6.2.3 市场竞争结构	305
(1) 供应商议价能力	305
(2) 购买者议价能力	306
(3) 新进入者威胁	306
(4) 替代品威胁	307
(5) 同业竞争	307
6.2.4 跨国公司在华发展	307
6.2.5 跨国公司在华竞争策略	309

## 第7章 摩托车整车制造行业技术发展分析 311

7.1 行业最新技术分析	311
7.1.1 国外最新技术分析	311
7.1.2 国外技术发展趋势	311
7.1.3 国内最新技术分析	312
7.1.4 国内专利情况分析	313
(1) 专利申请数量趋势	313
(2) 专利申请人分析	313
(3) 专利技术分析	314
7.1.5 国内技术发展趋势	316
7.2 发动机技术发展分析	316
7.2.1 发动机市场发展	316
(1) 产销规模	316
(2) 进出口规模	317

7.2.2 发动机专利情况分析	318
(1) 专利申请数量趋势	318
(2) 专利申请人分析	318
(3) 专利技术分析	319
7.2.3 发动机新标准执行情况	321
7.2.4 发动机技术发展及趋势	329
7.3 制动器技术发展分析	331
7.3.1 制动器市场分析	331
7.3.2 制动器专利情况分析	332
(1) 专利申请数量趋势	332
(2) 专利申请人分析	333
7.3.3 制动器新标准执行情况	333
7.3.4 制动器存在问题分析	333
(1) 自主开发能力相对较弱	333
(2) 各企业在科研投入上极不平衡	334
7.3.5 制动器技术发展及趋势	334
7.4 电器技术发展分析	335
7.4.1 电器市场分析	335
7.4.2 电器新标准执行情况	337
7.4.3 电器技术发展及趋势	338
(1) 电喷技术不断应用	338
(2) 电子控制技术普及	338
7.4.4 电器行业市场展望	338
7.5 化油器技术发展分析	339
7.5.1 化油器市场发展情况	339
7.5.2 化油器产品变化情况	340
7.5.3 化油器技术发展趋势	340
7.6 电喷系统技术发展分析	341
7.6.1 电喷系统市场发展情况	341
7.6.2 电喷系统存在问题分析	342
7.6.3 电喷系统行业发展方向	342
7.7 催化器技术发展分析	342

7.7.1 催化器市场发展情况	342
7.7.2 催化器存在问题分析	344
7.7.3 催化器技术发展趋势	345
7.7.4 催化器行业发展方向	346
7.8 造型技术发展情况分析	347
7.8.1 造型技术应用整体概况	347
7.8.2 计算机辅助技术应用影响分析	347
(1) 计算机辅助工业设计与摩托车造型技术	347
(2) 计算机辅助造型技术在摩托车造型技术中的具体应用	348
(3) 计算机辅助造型技术未来的发展趋势对摩托车造型技术的影响	349
7.8.3 造型技术发展及趋势	350
(1) 绿色制造的发展	350
(2) 新材料的应用研究	351
(3) 新能源产业	352
7.9 测试技术发展情况分析	353
7.9.1 测试技术发展情况	353
7.9.2 测试技术发展趋势	355
第8章 摩托车区域市场发展及需求分析	357
8.1 区域市场发展及需求总体情况	357
8.1.1 摩托车整车制造产业布局分析	357
8.1.2 摩托车消费市场总体情况分析	358
8.2 广东省摩托车市场发展及需求分析	359
8.3 浙江省摩托车市场发展及需求分析	360
8.4 江苏省摩托车市场发展及需求分析	361
8.5 福建省摩托车市场发展及需求分析	362
8.6 安徽省摩托车市场发展及需求分析	363
8.7 江西省摩托车市场发展及需求分析	365
8.8 湖南省摩托车市场发展及需求分析	365
8.9 湖北省摩托车市场发展及需求分析	366
8.10 河南省摩托车市场发展及需求分析	367
8.11 山东省摩托车市场发展及需求分析	368

8.12 山西省摩托车市场发展及需求分析	369
8.13 陕西省摩托车市场发展及需求分析	370
8.14 内蒙古摩托车市场发展及需求分析	371
8.15 甘肃省摩托车市场发展及需求分析	371
8.16 四川省摩托车市场发展及需求分析	372
8.17 云南省摩托车市场发展及需求分析	373
8.18 贵州省摩托车市场发展及需求分析	374
8.19 广西摩托车市场发展及需求分析	382
8.20 海南省摩托车市场发展及需求分析	383
第9章 摩托车整车制造行业主要企业生产经营分析	384
9.1 行业上市经营对比	384
9.1.1 经营规模对比	384
(1) 产量对比	384
(2) 销量对比	384
(3) 收入对比	385
(4) 毛利对比	385
(5) 进出口对比	386
9.1.2 财务效益对比	386
(1) 盈利能力对比	386
(2) 偿债能力对比	386
9.1.3 生产制造对比	387
9.1.4 市场营销对比	388
9.1.5 转型升级对比	388
9.1.6 研发动向	389
9.2 行业企业经营分析	390
9.2.1 中国嘉陵工业股份有限公司(集团)	390
(1)、企业简介	390
(2)、经营情况分析	391
1) 企业主要经济指标	391
2) 企业偿债能力分析	392
3) 企业盈利能力分析	393

4) 企业运营能力分析	394
(3)、企业竞争优势分析	395
(4)、企业主要经营业务分析	395
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	396
9.2.2 力帆实业(集团)股份有限公司	397
(1)、企业简介	397
(2)、经营情况分析	398
1) 企业主要经济指标	398
2) 企业偿债能力分析	398
3) 企业盈利能力分析	399
4) 企业运营能力分析	400
(3)、企业竞争优势分析	401
(4)、企业主要经营业务分析	402
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	403
9.2.3 浙江钱江摩托股份有限公司	405
(1)、企业简介	405
(2)、经营情况分析	406
1) 企业主要经济指标	406
2) 企业偿债能力分析	406
3) 企业盈利能力分析	407
4) 企业运营能力分析	408
(3)、企业竞争优势分析	409
(4)、企业主要经营业务分析	410
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	410
9.2.4 重庆建设摩托车股份有限公司	412
(1)、企业简介	412
(2)、经营情况分析	413
1) 企业主要经济指标	413
2) 企业偿债能力分析	414
3) 企业盈利能力分析	415
4) 企业运营能力分析	416
(3)、企业竞争优势分析	416

(4)、企业主要经营业务分析	417
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	417
9.2.5 济南轻骑摩托车有限公司	418
(1)、企业简介	418
(2)、经营情况分析	419
1) 企业主要经济指标	419
2) 企业偿债能力分析	420
3) 企业盈利能力分析	421
4) 企业运营能力分析	422
(3)、企业竞争优势分析	423
(4)、企业主要经营业务分析	424
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	424
9.2.6 林海股份有限公司	425
(1)、企业简介	425
(2)、经营情况分析	426
1) 企业主要经济指标	426
2) 企业偿债能力分析	426
3) 企业盈利能力分析	427
4) 企业运营能力分析	428
(3)、企业竞争优势分析	429
(4)、企业主要经营业务分析	429
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	430
9.2.7 重庆宗申动力机械股份有限公司	431
(1)、企业简介	431
(2)、经营情况分析	432
1) 企业主要经济指标	432
2) 企业偿债能力分析	433
3) 企业盈利能力分析	434
4) 企业运营能力分析	435
(3)、企业竞争优势分析	435
(4)、企业主要经营业务分析	436
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	436



9.2.8 新大洲本田摩托有限公司	437
(1)、企业简介	437
(2)、经营情况分析	437
1) 企业主要经济指标	437
2) 企业偿债能力分析	438
3) 企业盈利能力分析	438
4) 企业运营能力分析	438
(3)、企业竞争优势分析	439
(4)、企业主要经营业务分析	440
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	440
9.2.9 浙江嘉爵摩托车制造有限公司	441
(1)、企业简介	441
(2)、经营情况分析	441
1) 企业主要经济指标	441
2) 企业偿债能力分析	442
3) 企业盈利能力分析	442
4) 企业运营能力分析	442
(3)、企业竞争优势分析	443
(4)、企业主要经营业务分析	443
(5)、企业发展最新动态及未来发展分析	443
第10章 摩托车整车制造行业投资与前景预测	444
10.1 行业投资特性分析	444
10.1.1 行业进入壁垒分析	444
(1) 生产准入壁垒	444
(2) 技术壁垒	444
(3) 规模壁垒	445
(4) 出口认证壁垒	445
10.1.2 行业盈利模式分析	445
10.1.3 行业盈利因素分析	446
(1) 出口面临贸易壁垒限制	446
(2) 汽车工业的迅速发展导致摩托车逐渐被取代	446

(3) 技术含量低遏制了利润空间	446
10.2 行业投资兼并与重组整合分析	447
10.2.1 外资企业兼并与重组	447
10.2.2 国内企业兼并与重组	447
10.3 行业投资建议 (ZYCSM)	448
10.3.1 行业投资风险分析	448
10.3.2 行业投资价值分析	448
10.3.3 行业投资建议	448
10.4 行业发展前景	449
10.4.1 行业发展趋势	449
10.4.2 行业发展预测	449

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/motuoche/883827VGHE.html>