

2018-2024年中国二轮摩托车行业深度调研与投资战略报告

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

《2018-2024年中国二轮摩托车行业深度调研与投资战略报告》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/K771618IRV.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

2017年6月，在二轮车三大品种车型中，跨骑车和弯梁车表现较好，产销环比和同比均实现增长，踏板车产销低于上月，同比产量下降，销量与同期基本持平。

6月，跨骑车产销86.56万辆和85.98万辆，环比增长8.63%和10.02%，同比增长27.29%和30.2%；踏板车产销29.35万辆和30.15万辆，环比下降2.82%和1.1%，同比产量下降1.68%，销量增长0.01%；弯梁车产销25.87万辆和25.43万辆，环比增长9.48%和8.77%，同比增长6.13%和8.18%。从各车型销量占二轮车总销量的比重看，跨骑、踏板和弯梁三类车型占比分别为60.74%、21.3%和17.96%。与上月相比，跨骑车和弯梁车份额提升，踏板车下降；与上年同期相比，跨骑车提升5.56个百分点，踏板车和弯梁车分别下降3.89和1.68个百分点。

2017年6月二轮摩托车细分品种产量及同比增长 - 产量：万辆 环比% 同比% 跨骑车 86.56 8.63% 27.29% 踏板车 29.35 -2.82% -1.68% 弯梁车 25.87 9.48% 6.13% 数据来源：中国汽车工业协会，智研数据研究中心整理

2017年6月二轮摩托车细分品种销量及同比增长 分品种 销量：万辆 环比增长% 同比增长% 跨骑车 85.98 10.02 30.2% 踏板车 30.15 -1.1% 0.01% 弯梁车 25.43 8.77% 8.18% 数据来源：中国汽车工业协会，智研数据研究中心整理

从各车型销量占二轮车总销量的比重看，跨骑、踏板和弯梁三类车型占比分别为59.59%、23.02%和17.38%。与上月相比，跨骑车份额略升，踏板车和弯梁车略降；与上年同期相比，跨骑车和踏板车略升，弯梁车下降。

2017年6月二轮摩托车细分品种产销量走势数据来源：中国汽车工业协会，智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国二轮摩托车行业深度调研与投资战略报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 中国二轮摩托车行业概述及环境

1.1 二轮摩托车行业及属性分析

1.1.1 行业定义

1.1.2 国民经济依赖性

1.1.3 经济类型属性

1.1.4 行业周期属性

1.2 经济发展环境

1.2.1 中国经济发展阶段

1.2.2 2016年中国经济发展状况

1.2.3 2016年经济结构调整

1.2.4 2016年国民收入状况

1.3 政策发展环境

1.3.1 产业振兴规划

1.3.2 产业发展规划

1.3.3 行业标准政策

1.3.4 市场应用政策

1.3.5 财政税收政策

第二章 中国二轮摩托车行业供给现状分析

2.1 二轮摩托车行业总体规模

2.2 二轮摩托车供给概况

2.2.1 2013-2016年供给分析

2.2.2 2018-2024年供给预测

2.3 二轮摩托车市场容量概况

2.3.1 2013-2016年市场需求分析

2.3.1 2013-2016年市场容量分析

2.3.2 2018-2024年市场容量预测

2.4 二轮摩托车产业的生命周期分析

2.5 二轮摩托车产业供需情况

第三章 2013-2016年中国二轮摩托车市场分析

3.1 我国二轮摩托车整体市场规模

3.1.1 总量规模

3.1.2 增长速度

3.1.3 各季度市场情况

3.2 二轮摩托车原材料市场分析

3.3 二轮摩托车市场结构分析

3.3.1 产品市场结构

3.3.2 品牌市场结构

3.3.3 区域市场结构

3.3.4 渠道市场结构

第四章 中国二轮摩托车市场竞争格局与厂商市场竞争力评价

4.1 竞争格局分析

4.2 主力厂商市场竞争力评价

4.2.1 产品竞争力

4.2.2 价格竞争力

4.2.3 渠道竞争力

4.2.4 品牌竞争力

第五章 二轮摩托车行业竞争绩效分析

5.1 二轮摩托车行业总体效益水平分析

5.2 二轮摩托车行业产业集中度分析

5.3 二轮摩托车行业不同所有制企业绩效分析

5.4 二轮摩托车行业不同规模企业绩效分析

5.5 二轮摩托车市场分销体系分析

5.5.1 销售渠道模式分析

5.5.2 最佳销售渠道选择

第九章 我国二轮摩托车行业重点企业分析

6.1 重庆建设摩托车股份有限公司

6.1.1 公司基本情况

6.1.2 公司经营状况

6.2 钱江集团有限公司

6.2.1 公司基本情况

6.2.2 公司经营状况

6.3 新大洲本田摩托有限公司

6.3.1 公司基本情况

6.3.2 公司经营状况

6.4 江门市大长江集团有限公司

6.4.1 公司基本情况

6.4.2 公司经营状况

6.5 五羊-本田摩托(广州)有限公司

6.5.1 公司基本情况

6.5.2 公司经营状况

6.6 力帆实业(集团)有限公司

6.6.1 公司基本情况

6.6.2 公司经营状况

6.7 中国嘉陵工业股份有限公司(集团)

6.7.1 公司基本情况

6.7.2 公司经营状况

6.8 重庆隆鑫工业(集团)有限公司

6.8.1 公司基本情况

6.8.2 公司经营状况

(4) 企业发展能力分析

6.9 济南轻骑摩托车股份有限公司

6.9.1 公司基本情况

6.9.2 公司经营状况

6.10 济南轻骑铃木摩托车有限公司

6.10.1 公司基本情况

6.10.2 公司经营状况

第七章 2018-2024年二轮摩托车市场发展前景预测

7.1 市场发展前景预测

7.1.1 2018-2024年经济增长与需求预测

7.1.2 2018-2024年行业供给总量预测

7.1.3 我国中长期市场发展策略预测

7.2 我国资源配置的前景

7.3 中国二轮摩托车行业发展趋势

7.3.1 产品发展趋势

7.3.2 技术发展趋势

第八章 二轮摩托车行业投资机会分析研究

8.1 2018-2024年二轮摩托车行业主要区域投资机会

8.2 2018-2024年二轮摩托车行业出口市场投资机会

8.3 2018-2024年二轮摩托车行业企业的多元化投资机会

第九章 二轮摩托车产业投资风险

9.1 二轮摩托车行业宏观调控风险

9.2 二轮摩托车行业竞争风险

9.3 二轮摩托车行业供需波动风险

9.4 二轮摩托车行业技术创新风险

9.5 二轮摩托车行业经营管理风险

第十章 我国二轮摩托车行业投融资分析

10.1 我国二轮摩托车行业企业所有制状况

10.2 我国二轮摩托车行业外资进入状况

10.3 我国二轮摩托车行业合作与并购

10.4 我国二轮摩托车行业投资体制分析

10.5 我国二轮摩托车行业资本市场融资分析

第十一章 二轮摩托车产业投资策略

11.1 产品定位策略

11.1.1 市场细分策略

11.1.2 目标市场的选择

11.2 产品开发策略

11.2.1 追求产品质量

11.2.2 促进产品多元化发展

11.3 渠道销售策略

11.3.1 销售模式分类

11.3.2 市场投资建议

11.4 品牌经营策略

11.4.1 不同品牌经营模式

11.4.2 如何切入开拓品牌

11.5 服务策略

第十二章 二轮摩托车企业制定“十三五”发展战略研究分析

12.1 “十三五”发展战略规划的背景意义

12.1.1 企业转型升级的需要

12.1.2 企业做大做强的需要

12.1.3 企业可持续发展需要

12.2 “十三五”发展战略规划的制定原则

12.2.1 科学性

12.2.2 实践性

12.2.3 前瞻性

12.2.4 创新性

12.2.5 全面性

12.2.6 动态性

12.3 “十三五”发展战略规划的制定依据

12.3.1 国家产业政策

12.3.2 行业发展规律

12.3.3 企业资源与能力

12.3.4 可预期的战略定位

第十三章 二轮摩托车行业发展战略研究

13.1 二轮摩托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 对我国二轮摩托车品牌战略的思考
 - 13.2.1 二轮摩托车品牌的重要性
 - 13.2.2 二轮摩托车实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 二轮摩托车企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国二轮摩托车企业的品牌战略
 - 13.2.5 二轮摩托车品牌战略管理的策略
- 13.3 二轮摩托车经营策略分析
 - 13.3.1 二轮摩托车市场细分策略
 - 13.3.2 二轮摩托车市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 二轮摩托车新产品差异化战略
- 13.4 二轮摩托车行业投资战略研究
 - 13.4.1 二轮摩托车行业投资战略
 - 13.4.2 2018-2024年二轮摩托车行业投资战略
 - 13.4.3 2018-2024年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及发展建议

- 14.1 二轮摩托车行业研究结论及建议
- 14.2 二轮摩托车行业研究结论及建议
- 14.3 二轮摩托车行业发展建议
 - 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1：二轮摩托车行业生命周期
- 图表2：二轮摩托车行业产业链结构
- 图表3：2013-2016年全球二轮摩托车行业市场规模

图表4：2013-2016年中国二轮摩托车行业市场规模

图表5：2013-2016年二轮摩托车行业重要数据比较

图表6：2013-2016年中国二轮摩托车市场占全球份额比较

图表7：2013-2016年二轮摩托车行业工业总产值

图表8：2013-2016年二轮摩托车行业销售收入

图表9：2013-2016年二轮摩托车行业利润总额

图表10：2013-2016年二轮摩托车行业资产总计

图表11：2013-2016年二轮摩托车行业负债总计

图表12：2013-2016年二轮摩托车行业竞争力分析

图表13：2013-2016年二轮摩托车市场价格走势

图表14：2013-2016年二轮摩托车行业主营业务收入

图表15：2013-2016年二轮摩托车行业主营业务成本

图表16：2013-2016年二轮摩托车行业销售费用分析

图表17：2013-2016年二轮摩托车行业管理费用分析

图表18：2013-2016年二轮摩托车行业财务费用分析

图表19：2013-2016年二轮摩托车行业销售毛利率分析

图表20：2013-2016年二轮摩托车行业销售利润率分析

图表21：2013-2016年二轮摩托车行业成本费用利润率分析

图表22：2013-2016年二轮摩托车行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/motuoche/K771618IRV.html>