

# 2018-2024年中国电动摩托车和踏板车行业前景研究与市场需求预测报告

## 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

《2018-2024年中国电动摩托车和踏板车行业前景研究与市场需求预测报告》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/L85043G597.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

2016年12月，二轮车三大品种车型仍是踏板车表现良好，跨骑车出现微增，弯梁车小幅下滑。与2015年同期相比，跨骑车和弯梁车产销下降，踏板车增长明显。

2016年12月，跨骑车产销79.89万辆和80.12万辆，环比增长0.42%和2.74%，同比下降8.16%和5.16%；弯梁车产销22.73万辆和22.9万辆，产量环比下降2.07%，销量环比增长0.2%，同比下降13.88%和9.22%；踏板车产销35.74万辆和36.97万辆，环比增长6.85%和24.84%，同比分别增长4.09%和3.37%。

从各车型销量占二轮车总销量的比重看，跨骑、弯梁和踏板三类车型占比分别为57.23%、16.36%和26.41%。与上月相比，跨骑车份额提升，弯梁车和踏板车下降；与上年同期相比，跨骑车和弯梁车下降，踏板车提升。

2016年1~12月，跨骑车产销857.96万辆和857.03万辆，同比下降13.75%和13.6%。弯梁车降幅仍然非常明显，1~12月，产销263.24万辆和266.08万辆，同比下降19.9%和19.47%。

踏板车在城市代步需求拉动下，近年来保持稳定的增长趋势。1~12月，踏板车产销352.24万辆和349.66万辆，同比增长4.09%和3.37%。

2016年1~12月，从各车型销量占二轮车总销量的比重看，跨骑车基本保持稳定，弯梁车所占份额持续下降，踏板车增长明显。跨骑、弯梁和踏板三类车型占比分别为58.22%、17.87%和23.9%。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国电动摩托车和踏板车行业前景研究与市场需求预测报告》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 电动摩托车和踏板车行业发展综述

1.1 电动摩托车和踏板车行业概述

1.1.1 行业定义

- 1.1.2 行业主要商业模式
- 1.2 电动摩托车和踏板车行业特征分析
  - 1.2.1 产业链分析
  - 1.2.2 电动摩托车和踏板车行业在产业链中的地位
  - 1.2.3 电动摩托车和踏板车行业生命周期分析
    - (1) 行业生命周期理论基础
    - (2) 电动摩托车和踏板车行业生命周期
- 1.3 最近3-5年中国电动摩托车和踏板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 电动摩托车和踏板车行业运行环境（PEST）分析

- 2.1 电动摩托车和踏板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 电动摩托车和踏板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 电动摩托车和踏板车行业社会环境分析
  - 2.3.1 电动摩托车和踏板车产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 电动摩托车和踏板车产业发展对社会发展的影响
- 2.4 电动摩托车和踏板车行业技术环境分析
  - 2.4.1 电动摩托车和踏板车技术分析

## 2.4.2 电动摩托车和踏板车技术发展水平

## 2.4.3 行业主要技术发展趋势

# 第三章 我国电动摩托车和踏板车行业运行分析

## 3.1 我国电动摩托车和踏板车行业发展状况分析

### 3.1.1 我国电动摩托车和踏板车行业发展阶段

### 3.1.2 我国电动摩托车和踏板车行业发展总体概况

### 3.1.3 我国电动摩托车和踏板车行业发展特点分析

## 3.2 2016年电动摩托车和踏板车行业发展现状

### 3.2.1 2014-2016年我国电动摩托车和踏板车行业市场规模

### 3.2.2 2016年我国电动摩托车和踏板车行业发展分析

### 3.2.3 2016年中国电动摩托车和踏板车企业发展分析

## 3.3 区域市场分析

### 3.3.1 区域市场分布总体情况

### 3.3.2 2016年重点省市市场分析

## 3.4 电动摩托车和踏板车产品/服务价格分析

### 3.4.1 2014-2016年电动摩托车和踏板车价格走势

### 3.4.2 影响电动摩托车和踏板车价格的关键因素分析

#### (1) 成本

#### (2) 供需情况

#### (3) 关联产品

#### (4) 其他

### 3.4.3 2018-2024年电动摩托车和踏板车产品/服务价格变化趋势

### 3.4.4 主要电动摩托车和踏板车企业价位及价格策略

# 第四章 我国电动摩托车和踏板车行业整体运行指标分析

## 4.1 2014-2016年中国电动摩托车和踏板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年中国电动摩托车和踏板车行业运营情况分析

- 4.2.1 我国电动摩托车和踏板车行业营收分析
- 4.2.2 我国电动摩托车和踏板车行业成本分析
- 4.2.3 我国电动摩托车和踏板车行业利润分析
- 4.3 2014-2016年中国电动摩托车和踏板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 我国电动摩托车和踏板车行业供需形势分析

- 5.1 电动摩托车和踏板车行业供给分析
  - 5.1.1 2014-2016年电动摩托车和踏板车行业供给分析
  - 5.1.2 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业供给变化趋势
  - 5.1.3 电动摩托车和踏板车行业区域供给分析
- 5.2 2014-2016年我国电动摩托车和踏板车行业需求情况
  - 5.2.1 电动摩托车和踏板车行业需求市场
  - 5.2.2 电动摩托车和踏板车行业客户结构
  - 5.2.3 电动摩托车和踏板车行业需求的地区差异
- 5.3 电动摩托车和踏板车市场应用及需求预测
  - 5.3.1 电动摩托车和踏板车应用市场总体需求分析
    - (1) 电动摩托车和踏板车应用市场需求特征
    - (2) 电动摩托车和踏板车应用市场需求总规模
  - 5.3.2 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业领域需求量预测
    - (1) 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业领域需求产品/服务功能预测
    - (2) 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业领域需求产品/服务市场格局预测
  - 5.3.3 重点行业电动摩托车和踏板车产品/服务需求分析预测

## 第六章 电动摩托车和踏板车行业产业结构分析

- 6.1 电动摩托车和踏板车产业结构分析
  - 6.1.1 市场充分程度分析
  - 6.1.2 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 中国电动摩托车和踏板车行业参与国际竞争的战略市场定位
  - 6.3.4 电动摩托车和踏板车产业结构调整方向分析

## 第七章 我国电动摩托车和踏板车行业产业链分析

- 7.1 电动摩托车和踏板车行业产业链分析
  - 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 电动摩托车和踏板车上游行业分析
  - 7.2.1 电动摩托车和踏板车产品成本构成
  - 7.2.2 2016年上游行业发展现状
  - 7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势
  - 7.2.4 上游供给对电动摩托车和踏板车行业的影响
- 7.3 电动摩托车和踏板车下游行业分析
  - 7.3.1 电动摩托车和踏板车下游行业分布
  - 7.3.2 2016年下游行业发展现状
  - 7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势
  - 7.3.4 下游需求对电动摩托车和踏板车行业的影响

## 第八章 我国电动摩托车和踏板车行业渠道分析及策略

- 8.1 电动摩托车和踏板车行业渠道分析
  - 8.1.1 渠道形式及对比
  - 8.1.2 各类渠道对电动摩托车和踏板车行业的影响
  - 8.1.3 主要电动摩托车和踏板车企业渠道策略研究
  - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 电动摩托车和踏板车行业用户分析
  - 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 电动摩托车和踏板车行业营销策略分析

8.3.1 中国电动摩托车和踏板车营销概况

8.3.2 电动摩托车和踏板车营销策略探讨

8.3.3 电动摩托车和踏板车营销发展趋势

第九章 我国电动摩托车和踏板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 电动摩托车和踏板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 电动摩托车和踏板车行业企业间竞争格局分析

9.1.3 电动摩托车和踏板车行业集中度分析

9.1.4 电动摩托车和踏板车行业SWOT分析

9.2 中国电动摩托车和踏板车行业竞争格局综述

9.2.1 电动摩托车和踏板车行业竞争概况

(1) 中国电动摩托车和踏板车行业竞争格局

(2) 电动摩托车和踏板车行业未来竞争格局和特点

(3) 电动摩托车和踏板车市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国电动摩托车和踏板车行业竞争力分析

(1) 我国电动摩托车和踏板车行业竞争力剖析

(2) 我国电动摩托车和踏板车企业市场竞争的优势

(3) 国内电动摩托车和踏板车企业竞争能力提升途径

9.2.3 电动摩托车和踏板车市场竞争策略分析

第十章 电动摩托车和踏板车行业领先企业经营形势分析

10.1 企业一

- 10.1.1 企业概况
- 10.1.2 企业优势分析
- 10.1.3 经营状况分析
- 10.2 企业二
- 10.2.1 企业概况
- 10.2.2 企业优势分析
- 10.2.3 经营状况分析
- 10.3 企业三
- 10.3.1 企业概况
- 10.3.2 企业优势分析
- 10.3.3 经营状况分析
- 10.4 企业四
- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 经营状况分析
- 10.5 企业五
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 经营状况分析

## 第十一章 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业投资前景

- 11.1 2018-2024年电动摩托车和踏板车市场前景
- 11.1.1 2018-2024年电动摩托车和踏板车市场发展潜力
- 11.1.2 2018-2024年电动摩托车和踏板车市场前景展望
- 11.2 2018-2024年电动摩托车和踏板车市场发展趋势预测
- 11.2.1 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业发展趋势
- 11.2.2 2018-2024年电动摩托车和踏板车市场规模预测
- 11.2.3 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业应用趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国电动摩托车和踏板车行业供需预测
- 11.3.1 2018-2024年中国电动摩托车和踏板车行业供给预测
- 11.3.2 2018-2024年中国电动摩托车和踏板车行业需求预测
- 11.3.3 2018-2024年中国电动摩托车和踏板车供需平衡预测

## 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 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业投资机会与风险

### 12.1 电动摩托车和踏板车行业投融资情况

#### 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 2018-2024年电动摩托车和踏板车行业投资机会

#### 12.2.1 产业链投资机会

#### 12.2.2 重点区域投资机会

### 12.3 2018-2024年电动摩托车和踏板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 电动摩托车和踏板车行业投资战略研究

### 13.1 电动摩托车和踏板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 对我国电动摩托车和踏板车品牌的战略思考

### 13.2.1 电动摩托车和踏板车品牌的重要性

### 13.2.2 电动摩托车和踏板车实施品牌战略的意义

### 13.2.3 电动摩托车和踏板车企业品牌的现状分析

### 13.2.4 我国电动摩托车和踏板车企业的品牌战略

### 13.2.5 电动摩托车和踏板车品牌战略管理的策略

## 13.3 电动摩托车和踏板车经营策略分析

### 13.3.1 电动摩托车和踏板车市场创新策略

### 13.3.2 品牌定位与品类规划

### 13.3.3 电动摩托车和踏板车新产品差异化战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

### 14.1 电动摩托车和踏板车行业研究结论

### 14.2 电动摩托车和踏板车行业投资价值评估

### 14.3 电动摩托车和踏板车行业投资建议

#### 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：电动摩托车和踏板车行业生命周期

图表2：电动摩托车和踏板车行业产业链结构

图表3：2014-2016年全球电动摩托车和踏板车行业市场规模

图表4：2014-2016年中国电动摩托车和踏板车行业市场规模

图表5：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业重要数据指标比较

图表6：2014-2016年中国电动摩托车和踏板车市场占全球份额比较

图表7：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业工业总产值

图表8：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业销售收入

图表9：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业利润总额

图表10：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业资产总计

图表11：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业负债总计

图表12：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业竞争力分析  
图表13：2014-2016年电动摩托车和踏板车市场价格走势  
图表14：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业主营业务收入  
图表15：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业主营业务成本  
图表16：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业销售费用分析  
图表17：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业管理费用分析  
图表18：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业财务费用分析  
图表19：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业销售毛利率分析  
图表20：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业销售利润率分析  
图表21：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业成本费用利润率分析  
图表22：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业总资产利润率分析  
图表23：2014-2016年电动摩托车和踏板车行业集中度分析  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/motuoche/L85043G597.html>