

2017-2022年中国大排量摩托 车市场深度评估与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国大排量摩托车市场深度评估与发展趋势研究报告》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/R4380252L0.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

摩托车行业在中华人民共和国行业分类标准中隶属制造业，编号373，称为摩托车制造业。摩托车制造业包括摩托车整车制造和摩托车零部件及配件制造。其中，摩托车整车制造是指不论是否装有边斗的摩托车制造，包括两轮、三轮摩托车；轻便摩托车；“送货”和“运动”摩托车，不包括装有辅助发动机的脚踏车。摩托车零部件及配件制造业包括摩托车边车、摩托车发动机和摩托车鞍座、其它零件和配件。

大排量摩托车，一般直列4缸或者V4，也有V2或者直列双缸的，排量250、400为入门级，600-750为中量级，1000cc以上为公升级，也就是真正的大排，一般400cc和600cc车子空重180公斤左右，1000cc的街车220-250公斤，跑车200公斤左右。长期以来，我国的摩托车行业受到各种瓶颈因素的制约，致使大排量摩托车的发展“雷声大、雨点小”。近年来，随着来自摩托车企业的各种动态不断涌现，使“大排量”热端的端倪逐渐显露出来。大排量摩托车作用大，运动员、裁判、警卫和记者工作都需要大排量摩托车的使用。

2013年纵观不同排量车型，以休闲娱乐为主要目的250ml及以上排量摩托车增速明显，市场空间正不断增大，产品车型逐年增多。2013年，250ml及以上排量摩托车累计产销78.99万辆和79.17万辆，同比增长7.70%和9.03%。2013年，125系列摩托车产销量分别是831.45万辆和838.79万辆，同比下降3.38%和2.58%。12月，125系列摩托车产销量分别是81.09万辆和78.99万辆，产销量环比增长8.35%和9.08%；产量同比增长3.53%，销量同比增长0.24%。2013年，125系列摩托车产量占总产量36.32%。我国全年累计产销摩托车2289.17万辆和2304.50万辆，产销量同比累计下降3.12%和2.56%；内销约1387.67万辆，同比下降5.73%。其中，我国大排量摩托车市场需求100万辆。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国大排量摩托车市场深度评估与发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了大排量摩托车相关概念及发展环境，接着分析了中国大排量摩托车规模及消费需求，然后对中国大排量摩托车市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国大排量摩托车面临的机遇及发展前景。您若想对中国大排量摩托车有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 产业环境透视

第一章 大排量摩托车行业发展状况综述 7

第一节 中国大排量摩托车行业简介 10

一、大排量摩托车行业的界定及分类 10

二、大排量摩托车的特征 10

三、大排量摩托车的主要用途 11

第二节 大排量摩托车行业相关政策 12

一、国家“十三五”产业政策 12

二、其他相关政策 13

三、出口关税政策 14

第三节 我国大排量摩托车产业发展的“波特五力模型”分析 15

一、“波特五力模型”介绍 15

二、大排量摩托车产业环境的“波特五力模型”分析 16

第四节 中国大排量摩托车行业发展状况 18

一、中国大排量摩托车行业发展历程 18

二、中国大排量摩托车行业发展面临的问题 21

第二章 大排量摩托车产业发展环境分析 23

第一节 国内宏观经济环境状况分析 23

一、国内宏观经济运行基本状况 23

二、我国大排量摩托车工业发展分析 23

第二节 相关产业政策影响及分析 27

一、大排量摩托车进出口政策影响及分析 27

二、大排量摩托车产业政策影响及分析 31

第三章 2014-2016年中国大排量摩托车行业主要指标监测分析 32

第一节 2014-2016年中国大排量摩托车行业总体运行情况 32

第二节 2014-2016年中国大排量摩托车行业盈利能力分析 34

一、大排量摩托车行业成本费用利润率分析 34

二、大排量摩托车行业销售毛利率分析 35

三、大排量摩托车行业销售利润率分析 35

四、大排量摩托车行业总资产利润率分析 36

第三节 2014-2016年中国大排量摩托车行业偿债能力分析	36
第四节 2014-2016年中国大排量摩托车行业经营效率分析	37
第五节 2014-2016年大排量摩托车行业资产负债状况分析	38
一、2014-2016年大排量摩托车行业总资产状况分析	38
二、2014-2016年大排量摩托车行业总负债状况分析	38
三、2014-2016年大排量摩托车行业资产负债率分析	39

第二部分 行业深度分析

第四章 大排量摩托车行业上下游及相关产业分析 40

第一节 大排量摩托车产业链分析 40

一、大排量摩托车产业链模型介绍 40

二、大排量摩托车产业链模型分析 42

第二节 大排量摩托车上游产业分析 43

一、大排量摩托车上游产业发展现状分析 43

二、大排量摩托车上游产业主要经济指标发展分析 44

第三节 大排量摩托车下游产业分析 47

一、大排量摩托车下游产业发展现状分析 47

二、大排量摩托车下游产业主要经济指标发展分析 48

第五章 2014-2016年中国大排量摩托车行业供需情况及2017-2022年供需预测 51

第一节 2014-2016年大排量摩托车行业生产能力分析 51

第二节 2014-2016年大排量摩托车行业产量及其增长速度分析 52

第三节 2016年大排量摩托车行业地区结构分析 52

一、华东地区(包括江苏、浙江、安徽、山东、福建) 52

二、华南地区(包括广东、广西、海南) 53

三、华中地区(包括湖北、湖南、河南、江西) 54

四、华北地区(包括河北、山西、内蒙古) 55

五、西北地区(包括陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆) 56

六、东北地区(包括辽宁、吉林、黑龙江) 57

七、西南地区(包括四川、重庆、贵州、云南、西藏) 58

第四节 2014-2016年大排量摩托车行业需求情况分析 59

一、大排量摩托车行业需求总量 59

- 二、大排量摩托车行业需求结构变化 60
- 第五节 2017-2022年大排量摩托车行业供需预测 61
 - 一、大排量摩托车行业供给总量预测 61
 - 二、大排量摩托车行业生产能力预测 61
 - 三、大排量摩托车行业需求总量预测 62

第三部分 市场全景调研

- 第六章 国内大排量摩托车竞争状况分析 63
 - 第一节 国内大排量摩托车竞争影响因素分析 63
 - 一、市场供需对大排量摩托车竞争力的影响分析 63
 - 二、技术水平对大排量摩托车竞争力的影响分析 64
 - 三、原材料对大排量摩托车竞争力的影响分析 70
 - 第二节 国内大排量摩托车竞争格局分析 71
 - 第三节 国内大排量摩托车产品竞争状况展望 75
 - 一、大排量摩托车的发展趋势 75
 - 二、大排量摩托车的进出口变化趋势 76

第七章 大排量摩托车行业消费者分析 77

- 第一节 消费者偏好分析 77
 - 一、产品价格偏好 77
 - 二、产品质量偏好 77
 - 三、产品品牌与厂商偏好 77
- 第二节 大排量摩托车行业消费者行为分析 78
 - 一、消费者购买大排量摩托车产品的地点 78
 - 二、影响消费者购买大排量摩托车产品的因素 78
 - 三、消费者购买大排量摩托车产品时关注的问题 78
- 第三节 大排量摩托车行业消费者对品牌的认知度分析 79
 - 一、消费者主要关注的品牌 79
 - 二、消费者对品牌的认识渠道 79
- 第四节 中国大排量摩托车产品目标客户群体调查 79
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查 79
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 80

三、不同地区的消费者偏好调查 80

第八章 大排量摩托车行业产品营销分析及预测 81

第一节 大排量摩托车行业国内营销模式分析 81

第二节 大排量摩托车行业主要销售渠道分析 85

第三节 大排量摩托车行业价格竞争方式分析 90

第四节 大排量摩托车行业营销策略分析 94

第五节 大排量摩托车行业国际化营销模式分析 98

第九章 大排量摩托车行业市场进出口分析 99

第一节 中国大排量摩托车出口整体情况 99

第二节 中国大排量摩托车行业出口分析 99

第三节 中国大排量摩托车行业市场出口分析 102

一、主要出口国家及地区 102

二、主要出口海关 102

三、出口市场风险分析 102

第十章 大排量摩托车行业国内重点生产企业分析 103

第一节 浙江钱江摩托股份有限公司 103

一、企业基本情况分析 103

二、企业主营业务及产品结构 103

三、公司科研与创新能力分析 105

四、公司经营情况及毛利分析 106

五、公司未来几年发展战略 107

第二节 重庆宗申动力机械股份有限公司 108

一、企业基本情况分析 108

二、企业主营业务及产品结构 108

三、公司科研与创新能力分析 109

四、公司经营情况及毛利分析 110

五、公司未来几年发展战略 111

第三节 新大洲控股股份有限公司 112

一、企业基本情况分析 112

二、企业主营业务及产品结构	112
三、公司科研与创新能力分析	112
四、公司经营情况及毛利分析	114
五、公司未来几年发展战略	115
第四节 中国嘉陵集团	116

一、企业基本情况分析	116
二、企业主营业务及产品结构	117
三、公司科研与创新能力分析	118
四、公司经营情况及毛利分析	118
五、公司未来几年发展战略	119

第五节 林海股份有限公司 120

一、企业基本情况分析	120
二、企业主营业务及产品结构	120
三、公司科研与创新能力分析	120
四、公司经营情况及毛利分析	121
五、公司未来几年发展战略	122

第四部分 竞争格局分析

第十一章 大排量摩托车市场发展趋势与及策略建议 124

第一节 市场发展趋势分析 124

一、产品与技术	124
二、市场竞争格局	126
三、渠道与终端	126
四、价格走势	127

第二节 2017-2022年行业运行能力预测 127

一、行业总资产预测	127
二、工业总产值预测	128
三、产品销售收入预测	128
四、利润总额预测	129

第十二章 2017-2022年大排量摩托车行业投资机会与风险分析 130 (ZY ZM)

第一节 2017-2022年中国大排量摩托车行业投资机会分析 130

第二节 2017-2022年大排量摩托车行业环境风险	130
一、国际经济环境风险	130
二、宏观经济风险	132
三、宏观经济政策风险	138
第三节 2017-2022年大排量摩托车行业产业链上下游风险	140
一、上游行业风险	140
二、下游行业风险	141
第四节 2017-2022年大排量摩托车行业市场风险	141
一、市场供需风险	141
二、价格风险	141
三、竞争风险	141

图表目录：

图表：中国市场摩托车三大消费群体	11
图表：五力模型	16
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业成本费用率	34
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业销售毛利率	35
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业销售净利润率	35
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业总资产利润率	36
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业总资产周转率	36
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业存货周转天数	37
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业应收账款周转率	37
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业总资产	38
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业总负债	38
图表：2014-2016年中国大排量摩托车行业资产负债率	39
图表：大排量摩托车产业链模型	42
图表：2014-2016年我国发动机出口分析	43
图表：2014-2016年中国大排量摩托车上游固定资产投资	44
图表：2014-2016年中国大排量摩托车上游工业总产值	45
图表：2014-2016年中国大排量摩托车上游市场销售收入	45
图表：2014-2016年中国大排量摩托车上游企业数量走势	46
图表：2014-2016年中国大排量摩托车上游盈利亏损企业数量	46

- 图表：2014-2016年中国大排量摩托车上游从业人员数量 47
- 图表：2014-2016年中国大排量摩托车下游固定资产投资 48
- 图表：2014-2016年中国大排量摩托车下游销售收入 49
- 图表：2014-2016年中国大排量摩托车下游企业数量 49
- 图表：2014-2016年中国大排量摩托车下游赢利亏损企业数量 50
- 图表：2014-2016年中国大排量摩托车下游从业人员数量 50
- 图表：2017-2022年大排量摩托车行业生产能力预测 51
- 图表：2017-2022年中国大排量摩托车产量预测及增长率分析 52

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/motuoche/R4380252L0.html>