

2013-2017年中国摩托车市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国摩托车市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaotong1304/O62853C0UJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-04-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国摩托车市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了摩托车行业的概念以及全球摩托车工业发展概况，接着分析了中国摩托车行业发展环境，然后对中国摩托车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国摩托车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国摩托车行业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。

通过《2013-2017年中国摩托车市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

中国汽车工业协会最新数据显示，2011年，我国摩托车行业产销数量分别为2700.52万辆和2692.77万辆，同比增长1.21%和1.32%，这一数字也使得中国摩托车市场产销数量连续18位居全球第一。然而，在产销继续保持较高水平发展的同时，我国摩托车行业处境却并不乐观。受摩托车国排放标准全面实施、“禁摩令”进一步蔓延、原材料价格上涨等一系列不利因素影响，摩托车内销数量降幅超过10%，生产企业利润大幅下滑，商家信心严重不足，甚者逃离行业。摩托车是夕阳产业的论调甚嚣尘上。

从2012年发展状况来看：2012年1-10月，全行业完成摩托车销量1957.72万辆，同比下降11.86%，降幅比1-9月扩大0.65个百分点。其中，二轮摩托车销量1766.07万辆，同比下降12.94%；三轮摩托车销量191.65万辆，同比下降0.43%，三轮车销量降幅明显低于二轮车。有业内专家预计，我国摩托车行业将面临更为严峻的竞争局面，可能迎来发展的拐点。交通隐患严重、高排放高污染的摩托车是否应该彻底退出城市，面向农村，还是被队伍正逐渐壮大的电动车所取代？摩托车行业还有多大的发展空间，它的出路到底在何方？

报告目录

第一章 摩托车行业相关定义与分类

第一节 行业定义与发展历程

一、摩托车基本概念

二、摩托车的产生与发展历程

第二节 国内外摩托车的分类

一、国外摩托车的分类标准

二、中国摩托车的分类方法

第二章 2011-2012年全球摩托车工业发展现状

第一节 全球摩托车市场概况

- 一、全球摩托车贸易的分布情况
- 二、全球摩托车主要国家及地区贸易情况
- 三、本田摩托车发展计划
- 四、哈雷戴维森市场发展
- 五、宝马摩托车销量情况

第二节 国外摩托车工业发展状况

- 一、2012年日本摩托车生产状况
- 二、越南摩托车市场发展状况
- 三、泰国摩托车工业发展现状及市场开拓建议
- 四、2012年意大利摩托车销售分析
- 五、罗马尼亚摩托车市场现状
- 六、我国对尼日利亚摩托车出口机会分析
- 七、中国摩托车企业逐鹿巴西市场

第三章 2011-2012年中国摩托车工业发展现状

第一节 中国摩托车工业发展现状

- 一、中国摩托车工业发展现状分析
- 二、我国摩托车产业自主品牌发展情况分析

第二节 2012年摩托车工业经济运行状况分析

第三节 摩托车零部件业的发展状况

- 一、燃油摩托车点火系发展现状及其趋势
- 二、我国传动制造行业发展现状及分析
- 三、摩托润滑油市场现状
- 四、我国摩托车发动机问题分析

第四节 中国摩托车行业发展问题及对策建议

- 一、2012年中国摩托车产业发展问题分析
- 二、中国摩托车产业品牌发展瓶颈
- 三、国内摩托车行业发展存在的困惑

- 四、中国摩托车产业加快淘汰步伐
- 五、中国摩托车行业技术方面的限制
- 六、中国摩托车产业发展策略选择

第四章 2012-年摩托车产业政策环境分析

第一节 摩托车行业相关政策环境分析

- 一、降低消费税给摩托车产业带来的机遇和挑战
- 二、摩托车生产准入管理办法目的
- 三、中国将规范摩托车出口秩序
- 四、2008年国内开始实施新版交强险
- 五、2010年中国摩托车行业出口退税上调
- 六、2010年中国实施汽车摩托车下乡政策
- 七、2011年摩托车排污实行“国 Ⅲ”标准

第二节 相关政策对摩托车市场的影响

- 一、欧II标准对中国摩托车行业发展的影响
- 二、摩托车出口资质管理遏制恶性竞争
- 三、出口退税下调对摩托车业整体出口的影响不大
- 四、生产准入加速中国摩托车业重新洗牌

第三节 关于禁摩

- 一、“禁摩”与国法民权
- 二、“禁摩”与国情民生
- 三、“禁摩”与社会经济
- 四、“禁摩”与政府诚信
- 五、“禁摩”与城市管理
- 六、“禁摩”与接轨国际

第四节 相关法规介绍

- 一、《中华人民共和国道路交通安全法》
- 二、《摩托车安全基准》（已废止）
- 三、《摩托车生产准入管理办法》
- 四、《关于规范摩托车产品出口秩序的通知》
- 五、摩托车排放污染防治技术政策

第五章 2011-2012年中国摩托车制造业经济运行数据分析

第一节 2010-2012年中国摩托车制造行业总体数据分析

一、2010年中国摩托车制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国摩托车制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国摩托车制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国摩托车制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国摩托车制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国摩托车制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国摩托车制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国摩托车制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国摩托车制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国摩托车制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国摩托车制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2011-2012年中国摩托车市场分析

第一节 市场发展环境分析

一、消费税下调促进摩托车行业公平竞争

二、欧 新标准出台背景及介绍

三、电动车抢占摩托车市场

第二节 关于“禁摩”的分析

一、2012年成都“禁摩令”扩至中心城区

二、2012年广东省禁摩营运缺乏可操作性

第三节 2012-2012年摩托车市场分析及预测

一、我国摩托车市场潜力分析

二、2012年摩托车工业产销情况简析

三、2012年摩托车分排量产销情况简析

四、2011-2012年我国摩托车产量统计

五、2012年中国摩托车行业发展形势

六、2012年摩托车交易会盛行低碳风

七、开拓越南市场利用好宏观政策

八、顾客需求变化左右品牌价值

第七章2011-2012年中国主要省市摩托车市场

第一节 重庆

- 一、重庆摩托车产业现状
- 二、2011-2012年重庆市摩托车制造业数据分析
- 三、2012年重庆摩托车行业发展形势
- 四、重庆摩托车行业存在的挑战

第二节 广东

- 一、广东省摩托车市场概况
- 二、2011-2012年广东省摩托车制造业数据分析
- 三、2012年广东多家摩托车公司违规遭查处

第三节 江苏

- 一、2011-2012年江苏省摩托车产量统计数据分析
- 二、2011-2012年江苏省摩托车制造业数据分析

第四节 浙江

- 一、2011-2012年浙江省摩托车制造业数据分析
- 二、2011-2012年台州摩托车出口分析

第八章2011-2012年中国农村摩托车市场

第一节 农村摩托车市场发展现状

- 一、农村摩托车市场开拓初探
- 二、中国摩托车行业寻找农村突围
- 三、2011年摩托车下乡形势分析
- 四、2011年广西摩托车下乡情况分析
- 五、2011年河南摩托车下乡情况分析
- 六、2012年山东摩托车下乡情况分析

第二节 2011-2012年中国农村摩托车市场的需求趋势

- 一、外部条件逐步改善
- 二、农村摩托车市场需求调查
- 三、低价位和高质量

第三节 农村摩托车市场存在的的问题

- 一、摩托车的安全管理问题
- 二、农村摩托车市场的隐患

第四节 农村区域摩托车交通安全管理的对策

- 一、建立日常化的农村交通宣传教育机制
- 二、建立社会化的农村基层基础工作机制
- 三、建立便民化的上门服务工作机制
- 四、建立经常化的集中整治工作机制

第九章2011-2012年中国摩托车进出口市场分析

第一节 摩托车进出口状况分析

- 一、我国摩托车企业贸易分析
- 二、摩托车出口秩序整顿显效

第二节 摩托车出口统计

- 一、2011年摩托车出口分析
- 二、2012年摩托车出口分析
- 三、2012年摩托车出口统计
- 四、2013年摩托车出口预测

第三节 部分省市出口情况分析

- 一、2012年重庆市摩托车进出口分析
- 二、2012年广东省摩托车进出口分析

第十章2011-2012年摩托车行业竞争格局分析

第一节 摩托车行业竞争格局的变迁

- 一、企业数量之争
- 二、排量之争
- 三、焦点之争
- 四、区域之争
- 五、车型之争
- 六、扩张模式之争
- 七、广告之争
- 八、板块之争

第二节 摩托车市场的竞争格局

- 一、摩托车市场的竞争特点
- 二、摩托车行业发展格局

三、摩托车行业竞争问题

四、中国摩托车产业的品牌竞争

五、中国摩托车产业三大板块竞争现状

六、摩托车行业价格竞争的变化

第三节 2011-2012年行业动态和未来格局分析

一、中国摩企发展规律

二、电喷技术刺激中国摩托车业神经

三、竞争产业电动自行车市场分析

四、摩托车行业未来格局演变趋势预测

第十一章 2011-2012年摩托车产业主要企业分析

第一节 大长江集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 中国嘉陵工业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 重庆建设摩托车股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 浙江钱江摩托股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 力帆实业（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第六节 重庆隆鑫工业（集团）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七节 新大洲控股股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第八节 济南轻骑摩托车股份公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第九节 重庆宗申摩托车集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十二章 2011-2012年摩托车产业的技术研究

第一节 摩托车电喷技术探讨

一、中国摩托车电喷技术运用现状分析

二、电喷技术刺激国内摩托车产业的发展

三、摩托车电喷系统研究所面临的难题

第二节 摩托车减震器分析

- 一、摩托车减震器的分类
- 二、液压阻尼减震器的工作原理分析
- 三、减震力调节器及防点头装置分析
- 四、减震器油的技术要求
- 五、减震器油的调配方法

第三节 摩托车发动机的技术分析

- 一、摩托车与发动机的匹配分析
- 二、摩托车发动机的性能问题及改善思路
- 三、实用摩托车发动机电控系统研究
- 四、陶瓷材料在摩托车发动机上的运用
- 五、摩托车发动机的技术发展动向

第四节 摩托车用材料分析

- 一、摩托车上三种合金材料概况
- 二、摩托车金属材料的发展走向预测
- 三、摩托车用材料处理过程中对环境的危害分析
- 四、摩托车新型表面涂层技术分析

第五节 摩托车技术发展趋势

- 一、摩托车电喷化速度加快
- 二、节约燃油消耗
- 三、改进发动机的燃烧系统
- 四、提高运动件之间的配合精度减轻噪声
- 五、减少或不再使用石棉制品
- 六、提高安全性能
- 七、电动摩托车

第十三章 2013-2017年摩托车行业发展趋势分析

第一节 2013-2017年摩托车行业发展趋势分析

- 一、2013-2017年摩托车的发展趋势
- 二、中国摩托车行业“十二五”发展预测
- 三、摩托车应借实施国3之机推广国产电喷技术
- 四、2013年中国摩托车产业升级迫在眉睫

五、2013-2017年国内摩托车业的发展方向

第二节 2013-2017年摩托车企业的发展策略分析

- 一、与国外知名企业合作继续加快
- 二、企业研发能力将成为竞争的焦点
- 三、产业集群趋势更加明显
- 四、生产集中度将进一步提高
- 五、中国摩托车企业重组与整合的方向

第十四章 2013-2017年摩托车行业发展策略分析

第一节 行业竞争优势战略

- 一、低成本战略
- 二、差异化战略
- 三、集中与专业化战略

第二节 2013-2017年摩托车行业市场开拓经营策略

- 一、摩托车市场开拓策略分析
- 三、开辟农村摩托车市场策略

第三节 2013-2017年摩托车行业渠道与品牌经营策略

- 一、区域市场渠道管理原则
- 二、摩企与经销商的利益与合作
- 三、真正的品牌战略分析
- 四、打造行业或区域强势品牌策略

第四节 2013-2017年摩托车行业管理投资分析

- 一、新经济竞争环境新营销服务
- 二、摩托车终端市场管理策略分析
- 三、摩托车企业进入电动车行业的市场分析
- 四、摩托车业赢利方法初探
- 五、摩托车行业的中国式生存

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1304/O62853C0UJ.html>