

2024-2030年中国摩托车行业市场全景评估及发展策略分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国摩托车行业市场全景评估及发展策略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/979101.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解摩托车行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国摩托车行业市场全景评估及发展策略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国摩托车市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保摩托车行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年摩托车行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能摩托车从业者抢跑转型赛道。

摩托车，由汽油机驱动，靠手把操纵前轮转向的两轮或三轮车，轻便灵活，行驶迅速，广泛用于巡逻、客货运输等，也用作体育运动器械。摩托车是一种两轮或三轮车辆，通常使用内燃机或电动机作为动力源。根据不同的分法，摩托车可以分为以下几类：

过去几年里，中国摩托车行业表现出强劲韧性，据统计，2021年我国摩托车产量突破2000万辆，达到近七年来新高，2022年我国摩托车产销保持正常水平，产销量分别为2129.22万辆和2142万辆，其中大排量休闲娱乐摩托车（排量250cc以上，不含250cc）产销55.11万辆和55.34万辆，同比增长47.51%和44.68%，表现持续亮眼。

近年来，随着摩托车行业的快速发展，国内摩托车企业数量逐渐增长。部分国内外摩托车企业为行业的技术进步和快速发展做出了贡献，整个摩托车行业已高度市场化。随着行业结构调整的深入，市场竞争的加强，将会有更多的企业被市场淘汰，退出市场，行业生产集中度将进一步提高，“强者愈强”的龙头效应将更为显著。

在国内市场，摩托车行业正处于结构调整期，市场需求正在发生变化，产品同质化问题也日益严重。传统通路和工具类车型市场需求规模逐步萎缩，而中大排量休闲娱乐类车型市场份额呈增长趋势。中高端新能源摩托车将成为未来发展的方向，但仍存在技术和成本压力。国际市场，不同国家和地区均对技术迭代升级和产品定位调整提出了更高要求，部分海外地区对入门级产品的性能和油耗、中小排量街跑车类动力指标和智能化等要素要求逐渐提高。国产化法规要求在南美、非洲日益严格，并有进一步扩大的趋势，南美洲哥伦比亚、智利ABS/CBS法规要求已颁布，产品竞争环境严峻。

《2024-2030年中国摩托车行业市场全景评估及发展策略分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是摩托车领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、

企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 摩托车行业相关概述

1.1 摩托车行业定义及特点

1.1.1 摩托车行业的定义

1.1.2 摩托车行业产品/服务特点

1.2 摩托车行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 摩托车行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2023年中国摩托车行业发展环境分析

3.1 摩托车行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2摩托车行业经济环境分析（E）

3.2.1宏观经济形势分析

3.2.2宏观经济环境对行业的影响分析

3.3摩托车行业社会环境分析（S）

3.3.1摩托车产业社会环境

3.3.2社会环境对行业的影响

3.4摩托车行业技术环境分析（T）

3.4.1摩托车技术分析

1、摩托车电喷技术探讨

2、摩托车减震器分析

3、摩托车发动机的技术分析

4、摩托车用材料分析

5、摩托车技术发展趋势

3.4.2摩托车技术发展水平

3.4.3行业主要技术发展趋势

3.4.4技术环境对行业的影响

第四章 全球摩托车行业发展概述

4.1 2023年全球摩托车行业发展情况概述

4.1.1全球摩托车行业发展现状

4.1.2全球摩托车行业发展特征

4.1.3全球摩托车行业市场规模

4.2 2023年全球主要地区摩托车行业发展状况

4.2.1欧洲

4.2.2美国

4.2.3日韩

4.3 2024-2030年全球摩托车行业发展前景预测

4.3.1全球摩托车行业市场规模预测

4.3.2全球摩托车行业发展前景分析

4.3.3全球摩托车行业发展趋势分析

4.4全球摩托车行业重点企业发展动态分析

第五章 中国摩托车行业发展概述

5.1中国摩托车行业发展状况分析

5.1.1中国摩托车行业发展阶段

- 5.1.2中国摩托车行业发展总体概况
- 5.1.3中国摩托车行业发展特点分析
- 5.2 2019-2023年摩托车行业发展现状
 - 5.2.1 2019-2023年中国摩托车行业市场规模
 - 5.2.2 2019-2023年中国摩托车行业发展分析
- 5.3 2024-2030年中国摩托车行业面临的困境及对策
 - 5.3.1中国摩托车行业面临的问题
 - 1、制约中国摩托车行业发展的不足
 - 2、国内摩托车行业发展存在的困惑
 - 3、中国摩托车行业技术方面的限制
 - 5.3.2中国摩托车企业发展困境及策略分析
 - 5.3.3国内摩托车企业的出路分析

第六章 中国摩托车所属行业市场运行分析

- 6.1 2019-2023年中国摩托车行业总体规模分析
 - 6.1.1企业数量结构分析
 - 6.1.2人员规模状况分析
 - 6.1.3行业资产规模分析
 - 6.1.4行业市场规模分析
- 6.2 2019-2023年中国摩托车所属行业产销情况分析
 - 6.2.1中国摩托车所属行业工业总产值
 - 6.2.2中国摩托车所属行业工业销售产值
 - 6.2.3中国摩托车所属行业产销率
- 6.3 2019-2023年中国摩托车行业市场供需分析
 - 6.3.1中国摩托车行业供给分析
 - 6.3.2中国摩托车行业需求分析
 - 6.3.3中国摩托车行业供需平衡
- 6.4 2019-2023年中国摩托车所属行业财务指标总体分析
 - 6.4.1行业盈利能力分析
 - 6.4.2行业偿债能力分析
 - 6.4.3行业营运能力分析
 - 6.4.4行业发展能力分析

第七章 中国摩托车行业细分市场分析

- 7.1摩托车行业细分市场概况

7.1.1市场细分充分程度

7.1.2市场细分发展趋势

7.1.3市场细分战略研究

7.1.4细分市场结构分析

7.2两轮车市场

7.2.1市场发展现状概述

7.2.2行业市场的需求分析

7.2.3产品市场潜力分析

7.3边三轮市场

7.3.1市场发展现状概述

7.3.2行业市场的需求分析

7.3.3产品市场潜力分析

7.4正三轮市场

7.4.1市场发展现状概述

7.4.2行业市场的需求分析

7.4.3产品市场潜力分析

第八章 中国摩托车行业上、下游产业链分析

8.1摩托车行业产业链概述

8.1.1产业链定义

8.1.2摩托车行业产业链

8.2摩托车行业主要上游产业发展分析

8.2.1上游产业发展现状

8.2.2上游产业供给分析

8.2.3上游供给价格分析

8.2.4主要供给企业分析

8.3摩托车行业主要下游产业发展分析

8.3.1下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3下游（应用行业）主要需求企业分析

第九章 中国农村摩托车市场分析

9.1农村摩托车市场发展分析

9.1.1摩托车销售转向农村市场

9.1.2农村摩托车市场概况

- 9.1.3 摩托车农村市场的特点
- 9.1.4 农村摩托车市场的细分
- 9.1.5 中国摩托车农村市场机遇与前景分析
- 9.2 中国农村摩托车市场的需求特点
 - 9.2.1 知名品牌是买车的首选
 - 9.2.2 期望实在服务
 - 9.2.3 低价位和高质量
- 9.3 农村摩托车安全管理存在的问题及对策
 - 9.3.1 农村摩托车安全管理面临的基本问题
 - 9.3.2 影响农村摩托车安全管理的主要原因
 - 9.3.3 加强农村摩托车安全管理的对策
 - 9.3.4 规范农村摩托车管理的具体措施
- 9.4 农村摩托车市场的发展对策
 - 9.4.1 农村摩托车市场的发展策略
 - 9.4.2 开拓农村摩托车市场的要点

第十章 中国摩托车行业领先企业竞争力分析

- 10.1 浙江春风动力股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.2 隆鑫通用动力股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.3 重庆宗申机车工业制造有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.4 浙江钱江摩托股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析

- 10.4.3企业竞争优势分析
- 10.4.4企业经营状况分析
- 10.5新大洲本田摩托有限公司竞争力分析
 - 10.5.1企业发展基本情况
 - 10.5.2企业主要产品分析
 - 10.5.3企业竞争优势分析
 - 10.5.4企业经营状况分析
- 10.6豪爵控股有限公司竞争力分析
 - 10.6.1企业发展基本情况
 - 10.6.2企业主要产品分析
 - 10.6.3企业竞争优势分析
 - 10.6.4企业经营状况分析
- 10.7五羊-本田摩托（广州）有限公司竞争力分析
 - 10.7.1企业发展基本情况
 - 10.7.2企业主要产品分析
 - 10.7.3企业竞争优势分析
 - 10.7.4企业经营状况分析
- 10.8哈雷戴维森（上海）商贸有限公司竞争力分析
 - 10.8.1企业发展基本情况
 - 10.8.2企业主要产品分析
 - 10.8.3企业竞争优势分析
 - 10.8.4企业经营状况分析
- 10.9力帆科技（集团）股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1企业发展基本情况
 - 10.9.2企业主要产品分析
 - 10.9.3企业竞争优势分析
 - 10.9.4企业经营状况分析
- 10.10铃木（中国）投资有限公司竞争力分析
 - 10.10.1企业发展基本情况
 - 10.10.2企业主要产品分析
 - 10.10.3企业竞争优势分析
 - 10.10.4企业经营状况分析

第十一章 2024-2030年中国摩托车行业发展趋势与前景分析

11.1 2024-2030年中国摩托车市场发展前景

- 11.1.1 2024-2030年摩托车市场发展潜力
- 11.1.2 2024-2030年摩托车市场发展前景展望
- 11.1.3 2024-2030年摩托车细分行业发展前景分析
- 11.2 2024-2030年中国摩托车市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2024-2030年摩托车行业发展趋势
 - 11.2.2 2024-2030年摩托车市场规模预测
 - 11.2.3 2024-2030年摩托车行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2024-2030年中国摩托车行业供需预测
 - 11.3.1 2024-2030年中国摩托车行业供给预测
 - 11.3.2 2024-2030年中国摩托车行业需求预测
 - 11.3.3 2024-2030年中国摩托车供需平衡预测
 - 11.3.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年中国摩托车行业投资前景

- 12.1 摩托车行业投资机会分析
 - 12.1.1 产业链投资机会
 - 12.1.2 细分市场投资机会
 - 12.1.3 重点区域投资机会
 - 12.1.4 产业发展的空白点分析
- 12.2 摩托车行业投资风险分析
 - 12.2.1 摩托车行业政策风险
 - 12.2.2 宏观经济风险
 - 12.2.3 市场竞争风险
 - 12.2.4 关联产业风险
 - 12.2.5 产品结构风险
 - 12.2.6 技术研发风险
 - 12.2.7 其他投资风险
- 12.3 摩托车行业投资潜力与建议
 - 12.3.1 摩托车行业投资潜力分析
 - 12.3.2 摩托车行业最新投资动态
 - 12.3.3 摩托车行业投资机会与建议

第十三章 摩托车行业营销分析

- 13.1 摩托车经销商的发展之路分析

- 13.1.1煎熬期
- 13.1.2存活期
- 13.1.3成功期
- 13.1.4快速发展期
- 13.1.5成熟期
- 13.2摩托车最终用户的服务营销分析
 - 13.2.1售前服务
 - 13.2.2售中服务
 - 13.2.3售后服务
 - 13.2.4服务营销的优势
- 13.3摩托车的品牌营销策略
 - 13.3.1精选品类，细化步骤
 - 13.3.2加深沟通，做精零售
 - 13.3.3差异化打造品牌服务
 - 13.3.4涉足制造，拓展大空间
 - 13.3.5打造自身品牌
- 13.4摩托车产品的营销步骤
 - 13.4.1营销切入模式的选择
 - 13.4.2差异化推广策略
 - 13.4.3掌握四定原理
 - 13.4.4加强网络规划以及目标管理
 - 13.4.5掌握市场生命周期
 - 13.4.6特色性促销推广模式

第十四章 研究结论及建议

- 14.1研究结论
- 14.2建议
 - 14.2.1行业发展策略建议
 - 14.2.2行业投资方向建议
 - 14.2.3行业投资方式建议

图表目录：部分

- 图表1：2019-2023年中国摩托车行业利润水平
- 图表2：摩托车行业产业链
- 图表3：2019-2023年摩托车行业部分政策汇总

图表4：2019-2023年全球摩托车产量情况

图表5：2019-2023年全球摩托车需求情况

图表6：2019-2023年全球摩托车市场规模

图表7：2019-2023年中国摩托车整车制造行业运行情况

图表8：2019-2023年中国摩托车行业产销量情况

图表9：2019-2023年中国摩托车行业市场需求规模

图表10：2019-2023年中国摩托车行业供给分析

图表11：2019-2023年中国摩托车行业需求分析

图表12：2019-2023年中国摩托车行业供需平衡

图表13：2019-2023年我国摩托车细分产品产量统计

图表14：2019-2023我国摩托车细分产品销量统计

图表15：2024-2030年我国摩托车细分车型产量预测图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979101.html>