2020年中国摩托车市场调研报告-市场竞争现状与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国摩托车市场调研报告-市场竞争现状与未来趋势预测》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：http://baogao.chinabaogao.com/qiche/520902520902.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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

摩托车是一种交通工具，具有轻便灵活、行驶迅速特征，广泛用于巡逻、客货运输等，可分为街车、公路赛摩托车、越野摩托车、巡航车、旅行车等。其上游主要是轮胎、发动机、离合器、变速器等原材料，下游则是电商、车行、品牌专卖等销售渠道。

摩托车行业产业链情况

资料来源：公开资料整理

近些年为规范摩托车行业的健康发展以及摩托车驾驶员的安全问题，国家相关部门陆续颁布了一系列政策。例如2013年1月，《机动车强制报废标准规定》就提出对小、微型出租客运汽车(纯电动汽车除外)和摩托车，省、自治区、直辖市人民政府有关部门可结合本地实际情况，制定严于上述使用年限的规定，但小、微型出租客运汽车不得低于6年，正三轮摩托车不得低于10年,其他摩托车不得低于11年。小、微型非营运载客汽车、大型非营运轿车、轮式专用机械车无使用年限限制。机动车使用年限起始日期按照注册登记日期计算，但自出厂之日起超过2年未办理注册登记手续的，按照出厂日期计算。

2013-2019年摩托车行业部分政策汇总

时间

政策

内容

2013年1月

《机动车强制报废标准规定》

对小、微型出租客运汽车(纯电动汽车除外)和摩托车，省、自治区、直辖市人民政府有关部门可结合本地实际情况，制定严于上述使用年限的规定，但小、微型出租客运汽车不得低于6年，正三轮摩托车不得低于10年,其他摩托车不得低于11年。小、微型非营运载客汽车、大型非营运轿车、轮式专用机械车无使用年限限制。机动车使用年限起始日期按照注册登记日期计算，但自出厂之日起超过2年未办理注册登记手续的，按照出厂日期计算。

2014年10月

《关于加强小微型面包车、摩托车生产和登记管理工作的通知》

生产企业要提高小微型面包车、摩托车产品安全质量，健全生产一致性保证体系和整车合格证管理体系，加强对新生产小微型面包车、摩托车产品出厂前检验，确保批量生产的产品符合国家标准及其他相关要求，严禁对检验不合格、不符合生产一致性要求的车辆出具整车出厂合格证明。自2014年11月1日起，所有新出厂的两轮摩托车产品应当配备符合国家标准的安全头盔。对未按规定配备安全头盔的，不得出厂销售。

2016年1月

《机动车驾驶证申领和使用规定(2016年修订)》

为进一步完善摩托车和轻便摩托车燃料经济性评价，全国汽车标准化技术委员会摩托车分委

会组织修订了《摩托车和轻便摩托车燃油消耗量限值及测量方法》，现予以公示，公示期为2016年10月28日-2016年11月27日。
2016年10月
关于征求强制性国家标准《摩托车和轻便摩托车燃油消耗量限值及测量方法》意见的通知
申请小型汽车、小型自动挡汽车、残疾人专用小型自动挡载客汽车、轻便摩托车准驾车型的，在18周岁以上、70周岁以下;申请低速载货汽车、三轮汽车、普通三轮摩托车、普通二轮摩托车或者轮式自行机械车准驾车型的，在18周岁以上，60周岁以下。
2018年3月
《交通运输行业道路运输管理常用法律法规》
获得一类摩托车维修经营业务许可的，可以从事摩托车整车修理、总成修理、整车维护、小修、专项修理和竣工检验工作;获得二类摩托车维修经营业务许可的，可以从事摩托车维护、小修和专项修理工作。有与其经营业务相适应的摩托车维修停车场和生产厂房。租用的场地应有书面的租赁合同，且租赁期限不得少于1年。停车场和生产厂房的面积按照国家标准《摩托车维修业开业条件》(GB/T18189) 相关条款的规定执行。
2019年3月
《关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见》
各地市场监管部门在实施电动自行车生产、销售环节监管时，应当与电动摩托车等机动车监管机制形成联动，对同时生产、销售电动摩托车的企业，应当核实生产企业和产品是否获得CC认证和列入工业和信息化部《道路机动车辆生产企业及产品公告》，严禁生产、销售未获得cCC认证、也未列入《道路机动车辆生产企业及产品公告》的电动摩托车产品，防止假借电动摩托车名义生产、销售违标电动自行车。资料来源：公开资料整理

经过多年的发展，目前我国已跻身世界摩托车生产大国。虽然2020年初，受疫情影响，市场表现不佳。但随着疫情得到基本有效控制，市场有所回暖，尤其是进入到传统销售旺季，我国摩托车产销量增长明显，到9月行业步入全面复苏阶段。根据数据显示，2020年1-9月，我国摩托车产量为1219.33万辆，同比下降2.56%；销量完成1226.94万辆，同比下降1.5%。其中9月当月我国摩托车产量为187.07万辆，环比增长14.93%，同比增长14.53%；销量完成187.04万辆，环比增长16.6%，同比增长12.74%。
2014-2020年9月我国摩托车产量情况
数据来源：公开数据整理
2014-2020年9月我国摩托车销量情况
数据来源：公开数据整理

从企业来看，2020年1-9月，大长江、宗申、隆鑫、力帆、银翔、五羊—本田、洛阳北方、绿源、新大洲本田、新日是我国摩托车销售前十名企业（集团），合计销售 668.17万辆，约占摩托车总销量的54.46%。其中大长江、宗申、隆鑫为销量前三企业，分别为139.95万辆、81.89万辆、74.67万辆。

2020年1-9月我国摩托车销售前十名企业（集团）情况
数据来源：公开数据整理

虽然我国摩托车消费市场呈现回暖，但整体来看市场却是呈现出一种下滑势头。以居民平均每百户摩托车拥有量来看，2019年中国居民平均每百户摩托车拥有量为34.2辆，较2018年同比下降4.2%。

2014-2019年中国居民平均每百户摩托车拥有量
数据来源：公开数据整理

从农村城镇来看，农村成主力市场。数据显示，2019年城镇居民平均每百户摩托车拥有量为18.7辆，而农村居民平均每百户摩托车拥有量55.1辆，两者之间相差了36.4辆。

2014-2019年中国农村和城镇居民平均每百户摩托车拥有量
数据来源：公开数据整理

从地区分布来看，广东、广西、西藏等城市是我国居民年末摩托车拥有量较多的城市，分别拥有66.4、63.8、61.9辆。

2019年中国分地区居民平均每百户摩托车拥有量
数据来源：公开数据整理（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国摩托车市场调研报告-市场竞争现状与未来趋势预测》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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国摩托车行业发展概述
第一节 摩托车行业发展情况概述
一、摩托车行业相关定义
二、摩托车行业基本情况介绍
三、摩托车行业发展特点分析
第二节 中国摩托车行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、摩托车行业产业链条分析
三、中国摩托车行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国摩托车行业生命周期分析
一、摩托车行业生命周期理论概述
二、摩托车行业所属的生命周期分析
第四节 摩托车行业经济指标分析
一、摩托车行业的赢利性分析
二、摩托车行业的经济周期分析
三、摩托车行业附加值的提升空间分析
第五节 中国摩托车行业进入壁垒分析
一、摩托车行业资金壁垒分析
二、摩托车行业技术壁垒分析
三、摩托车行业人才壁垒分析
四、摩托车行业品牌壁垒分析
五、摩托车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球摩托车行业市场发展现状分析
第一节 全球摩托车行业发展历程回顾
第二节 全球摩托车行业市场区域分布情况
第三节 亚洲摩托车行业地区市场分析
一、亚洲摩托车行业市场现状分析

二、亚洲摩托车行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲摩托车行业市场前景分析
第四节 北美摩托车行业地区市场分析
一、北美摩托车行业市场现状分析
二、北美摩托车行业市场规模与市场需求分析
三、北美摩托车行业市场前景分析
第五节 欧盟摩托车行业地区市场分析
一、欧盟摩托车行业市场现状分析
二、欧盟摩托车行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟摩托车行业市场前景分析
第六节 全球摩托车行业重点企业分析
第七节 2021-2026年世界摩托车行业分布走势预测
第八节 2021-2026年全球摩托车行业市场规模预测

第三章 中国摩托车产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品摩托车总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节 中国摩托车行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国摩托车产业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、消费观念分析

第四章 中国摩托车行业运行情况
第一节 中国摩托车行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国摩托车行业市场规模分析
第三节 中国摩托车行业供应情况分析
第四节 中国摩托车行业需求情况分析
第五节 中国摩托车行业供需平衡分析
第六节 中国摩托车行业发展趋势分析

第五章 中国摩托车所属行业运行数据监测
第一节 中国摩托车所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节 中国摩托车所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节 中国摩托车所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国摩托车市场格局分析
第一节 中国摩托车行业竞争现状分析
一、中国摩托车行业竞争情况分析
二、中国摩托车行业主要品牌分析
第二节 中国摩托车行业集中度分析
一、中国摩托车行业市场集中度分析
二、中国摩托车行业企业集中度分析
第三节 中国摩托车行业存在的问题
第四节 中国摩托车行业解决问题的策略分析
第五节 中国摩托车行业竞争力分析

一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国摩托车行业需求特点与动态分析
第一节 中国摩托车行业消费市场动态情况
第二节 中国摩托车行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节 摩托车行业成本分析
第四节 摩托车行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、渠道因素
四、其他因素
第五节 中国摩托车行业价格现状分析
第六节 中国摩托车行业平均价格走势预测
一、中国摩托车行业价格影响因素
二、中国摩托车行业平均价格走势预测
三、中国摩托车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国摩托车行业区域市场现状分析
第一节 中国摩托车行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区摩托车市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区摩托车市场规模分析
四、华东地区摩托车市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析

三、华中地区摩托车市场规模分析
四、华中地区摩托车市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区摩托车市场规模分析
四、华南地区摩托车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国摩托车行业竞争情况
第一节 中国摩托车行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 中国摩托车行业SWOT分析
一、行业优势分析
二、行业劣势分析
三、行业机会分析
四、行业威胁分析
第三节 中国摩托车行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境

第十章 摩托车行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业
一、企业概况
二、主营业务
三、发展现状
四、优劣势分析
第二节 企业
一、企业概况
二、主营业务

三、发展现状
四、优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况
二、主营业务
三、发展现状
四、优劣势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营业务
三、发展现状
四、优劣势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营业务
三、发展现状
四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国摩托车行业发展前景分析与预测
第一节 中国摩托车行业未来发展前景分析
一、摩托车行业国内投资环境分析
二、中国摩托车行业市场机会分析
三、中国摩托车行业投资增速预测
第二节 中国摩托车行业未来发展趋势预测
第三节 中国摩托车行业市场发展预测
一、中国摩托车行业市场规模预测
二、中国摩托车行业市场规模增速预测
三、中国摩托车行业产值规模预测
四、中国摩托车行业产值增速预测
五、中国摩托车行业供需情况预测
第四节 中国摩托车行业盈利走势预测
一、中国摩托车行业毛利润同比增速预测
二、中国摩托车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国摩托车行业投资风险与营销分析

第一节 摩托车行业投资风险分析
一、摩托车行业政策风险分析
二、摩托车行业技术风险分析
三、摩托车行业竞争风险分析
四、摩托车行业其他风险分析
第二节 摩托车行业企业经营发展分析及建议
一、摩托车行业经营模式
二、摩托车行业销售模式
三、摩托车行业创新方向
第三节 摩托车行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国摩托车行业发展战略及规划建议
第一节 中国摩托车行业品牌战略分析
一、摩托车企业品牌的重要性
二、摩托车企业实施品牌战略的意义
三、摩托车企业品牌的现状分析
四、摩托车企业的品牌战略
五、摩托车品牌战略管理的策略
第二节 中国摩托车行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节 中国摩托车行业战略综合规划分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国摩托车行业发展策略及投资建议
第一节 中国摩托车行业产品策略分析
一、服务产品开发策略
二、市场细分策略
三、目标市场的选择
第二节 中国摩托车行业定价策略分析
第三节 中国摩托车行业营销渠道策略
一、摩托车行业渠道选择策略
二、摩托车行业营销策略
第四节 中国摩托车行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国摩托车行业重点投资区域分析
二、中国摩托车行业重点投资产品分析

图表详见正文·····

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/qiche/520902520902.html