

2017-2022年中国摩托车市场竞争态势及投资商机 研究报告

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《2017-2022年中国摩托车市场竞争态势及投资商机研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/286407286407.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、我国摩托车发展的情况分析

我国摩托车经过多年的快速发展,在当前的市场经济环境下已经有了很大的生命力,并且我国的摩托车行业在国家机械工业发展过程中具有很强的竞争力。从上个世纪末开始,在国内和国际上已经有了很大的进步。摩托车发展的总体情况可以总结成以下几点:首先,摩托车总体价格比较低。我国的摩托车整体上在价格方面有一定的提升空间,但是如果和一些发达的国家相比较,还有一定的价格差距。

二、我国摩托车发展的市场结构研究

1、市场集中度提升

从一个摩托车企业发展状况的数据上可以看到,在2005年时,摩托车行业比较靠前的企业,每年的摩托车总产量基本达到65000辆,从总的行业发展情况看,基本占据了摩托车整个行业总生产量的50%,并且随后的几年中,摩托车市场的集中程度再一次上升,比也得到了较为稳定的发展,到2012底,此行业的集中程度再一次提升,这也是摩托车行业机构重新调整的后果。

2、产品集中度有所改变

在2008年时,我国摩托车市场上的主要产品基本为100ml和125ml的中档产品,但是到了2010年以后,基本就一直处于100ml和110ml之间。与此同时,排量在200ml以上的摩托车产品也呈现了逐渐增长的趋势,这集中说明了,摩托车在消费者的眼中,高低排量的购买均有所提升。

3、规模化经济发展缓慢

我国的摩托车行业,在经济规模方面,一方面的表现是在整个行业上发展规模比较大,并且生产能力也非常强;但是,另一方面,单个摩托车企业的整个市场生产效率还没有形成一定的规模,也就是说摩托车行业的规模经济不够明显。

三、我国摩托车发展的环境

1、外部环境

首先,生产准人制度的实施。

在新世纪初,我国就实施了《摩托车生产准人的管理办法》,并且对摩托车生产企业的门槛也有了加大门槛提升力度,有效的对摩托车生产企业秩序进行了规范和管理,对整个摩托车生产企业提出了较高的要求和规范,这有利于一些大型正规企业在规范的秩序下生产和销售,在这一制度的准人下,一些不和市场和环保要求的小型摩托车生产企业被淘汰,这为该行业的市场气氛制造了良好的形成契机。

其次,大合格制度的有效推行。大合格也就是我国在摩托车行业上所实施的一车一证制度,即摩托车生产企业的对每一辆摩托车的生产都需要上报给国家,销售所在地,需要凭借着合格证和条形码在国家同意的前提下才能上牌。从这个政策中可以看到,摩托车的生产和销售进入了一个较为规范的时期,减少了一些不法商贩对摩托车拼装销售现象的发生,并且偷税漏税情况也大大的减少了,从市场经营的角度看,净化了市场成分,保证所有厂家的摩托车都能够在一个较为规范和公平的市场环境下生产、经营。

最后,排放标准政策的实施。政策在2006年久开始在全国范围内实施,在这个政策中明确的指出了摩托车的污染物排放需要达到国家的第二阶段,然后在2012年以前达到第三段排放标准,这一政策的有效实施,需要摩托车企业在科学技术方面予以加强,并且加大在此方面的投入力度,但是成本的上升使一些能力比较弱的企业遭到了淘汰。

另外,金融危机以及各种金融政策对摩托车企业的发展产生了一定的负面影响。特别是2008年所爆发的金融危机,世界上各个国家的经济都遭到了一定程度的破坏,这也给摩托车产业带来了非常大的危机,许多企业先后都面临着破产以及被收购的危险,在这种状态下,我国的摩托车企业不仅没有随波逐流,而是利用这个态势趁机采取并购的措施,这样,不仅仅能够节约很大的成本,并且还能够获得一定的管理经验和比较核心的技术,同时让我国摩托车企业在市场上的并购机会得到上升。

2、经济环境

首先,新型市场的发展已经让摩托车生产企业得到了一定的产业基础。摩托车是一种比较复杂的机械类产品,这样,要求在比较大的规模下才能进行生产,并且还要有一定的市场竞争优势。

在当前情况下,我国很多优势摩托车企业每年的生产能力已经呈现逐步提升的态势,并且

在生产量在30万以上的企业就超过了大约25家,在2013年底,已经有12家企业的年产销量超越了150万辆。

其次,摩托车国内配套体系的完善。摩托车的零部件是构成摩托车整个车身的基础,更是质量所在,因此零部件的专业化生产也是保证摩托车质量的一个基础所在。伴随多年的市场发展,竞争和淘汰机制已经形成,并且无论在制造技术方面,生产规模方面,还是在品种类别以及摩托车稳定性方面,这些部件的进步都为摩托车的进步奠定了基础。

其次,市场需求量的提升。我国是人口大国,农村人口占很高的比例,根据数据显示在2013年时,农村人口就超过了90000万人,占整个国家人口的50%以上,这样摩托车在农村市场上的需求量也在逐渐提升,特别是城乡结合部的市场需求。农村居民因为土地政策以及科学技术的提升,生活水平和年均收入得到了一定的改善。对于一个农村家庭来讲,买一个小汽车可能有些困难,但是买一辆摩托车非常轻松,这也成为摩托车消费的一个最佳市场。

最后,我国道路交通情况的改善,为摩托车的行使创造了很大的条件。伴随农村路路通的完善和实施,我国的农村道路状况得到了非常大的改善,客观上对摩托车的销售起到了一定的刺激作用。

资料来源：互联网，中国报告网整理 资料来源：互联网，中国报告网整理

3、行业内部环境

首先,技术上存在一定的差异性。我国的摩托车竞争体系基本已经形成,在市场上也能满足人们的需求量,但是作为一个主要的产品生产与销售行业,在技术创新上还需要加大力度,特别是产品开发的深度和广度,没有了这些方面的深化,产品和其他国家相比就没有了竞争的资本,影响行业的可持续发展。例如,在2011年,日本的本田摩托车单价是在800元左右,而我国的单品价格还在400左右,这样的数据相差接近一倍,也就是说,在这种情况下我国在国际上摩托车生产技术还处于一种落后的状态中,并且在大排量的摩托车高端领域中,还没有过多的涉及,核心技术更是一片空白。

其次,产品的附加值比较低。我国的中小排量摩托车受到了很多消费者的喜爱,也成为一种硬性价值被消费者所接受。但是,和一些先进的国家相对比,需要在软性价值上加以提升。例如,我国的摩托车在某国家的市场上是按照重量来论价格的,一般排量在125ml的摩托车,重量约为140公斤左右,并且每公斤的价格约为30元,这样一辆摩托车的价格基本确定在4000左右,由此,同样方式下的日本摩托车,价格基本在800元左右,这种差距的由来是我国的摩托车附加值比较低。

四、我国摩托车行业的未来发展战略

1、战略目标的制定

从上文的种种论述中可以看到,我国的摩托车行业在未来的发展道路上可以先制定出战略目标。摩托车产业在我国经过几十年的发展,已经具备了一个很好的基础性条件,另外,因为我国在摩托车生产以及销售方面都是大国,但是与强国之间还存在很大的差距,这究其原因是因为我国的摩托车行业在竞争力方面非常弱小。

在以后的摩托车市场上,竞争力量基本来自于研发和创新能力、产品的质量以及附加值、产品的综合服务能力、产品的绿色环保属性等等。因此在战略目标的制定上可以从以下几点出发进行研究:首先,在产业的规模上制定的目标应该考虑以下两个方面的内容。第一,中小排量的摩托车的中小排量应该在市场上有比较高的占有率,并且中大排量的摩托车在市场上应该也由一定的占有率,基本上的比例应该是在70%或者20%左右。第二,在全球的摩托车行业中建立起自己的生产与研发中心,并且让信息技术个产业发展模式相适应。

其次,摩托车产业发展水平。

在摩托车的核心企业中,研发和投入要达到全国同行业水平的先进地位,并且拥有一定的核心竞争力,那么就需要在技术以及知识产权上有一定的研发能力。并且核心的企业无论在技术水平上还是在其他方面都要达到世界先进国家的生产能力,使用国际上比较先进的技术和标准,在全球的同行业中,我国至少十家企业能够跻身世界领先行列,成为世界著名品牌。

2、战略思想的构成

创新和合作的实现。创新主要是指摩托车生产在质量方面、技术方面、环保方面能够有更加完善的组织创新力度,以此不断的增加企业的活力,让摩托车的优势产品成为企业竞争的一种优势,不断的开拓竞争和发展的空间。第一,创建出创新的机制和氛围,用最好的方式和最快的力量进行创新;第二,完善企业的创新组织,不断对以往出现的问题进行自我的调整和修复,以便于让摩托车企业更加适应市场的基本情况,对挑战作出有效的反应;第三,注意人才的使用和吸引,重视科学化的管理,根据自己的状态和实际情况,将国外的一些先进经验吸取过来,进而有效的更改和运用、摩托车的战略对策。首先,强化自主创新能力。我国的摩托车行业要得到全面的发展就需要重视自我创新能力,在研发以及检测和制造方面提供一定的技术保证,让系统的集成能力和原始开发能力更加突出,加大对产品经费的投入比重,以此保证技术创新资金需要。在基本的研发过程中,需要借助世界社会的力量去降低研发成本和研发风险。吸

引人才,在科技园以及实验室上强化建设速度和加紧关键领域的专题开发能力。其次,差异化道路的选择。我国摩托车在市场上成为主流产品是大势所趋,应该不断的转变竞争与发展模式,减少恶性竞争的出现,让高质量在摩托车产业中更广泛的流行。另外,强化摩托车的品质管理,使消费者不仅能够选择高质量的产品还能够享受一定的服务,让产品的质量、服务和价值在竞争过程中不断得到提升。差异化路径可以从差异化的市场定位和差异化的研发已经营销方面实现。

3、摩托车绿色产品的发展趋势

实现摩托车产业的可持续发展,将生产建设和生态建设协调在一起。首先,推行摩托车产业的绿色生产和制造,主张该产业的环境保护以及治理。

通过一些清洁生产的手段以及污染的防治措施等等,在生产的过程中,抑制污染的发生,更加需要节约能源,减少铺张浪费情况的的出现。创建绿色营销模式,突破世界市场对我国摩托车的绿色贸易壁垒限制。

中国报告网发布的《2017-2022年中国摩托车市场竞争态势及投资商机研究报告》内容严谨、数据翔实,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动向、市场前景、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。

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。

第一部分摩托车行业发展概况

第一章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

第二章世界摩托车工业发展现状

第一节世界摩托车市场概况

- 一、世界摩托车制造商协会2016年度年会
- 二、国际主要摩托车市场现状和道路安全活动
- 三、2016年哈雷戴维森市场发展
- 四、2016年宝马摩托车销量情况
- 五、2016年本田摩托车发展计划

第二节国外摩托车工业发展状况

- 一、2016年日本摩托车生产出口状况
- 二、2016年越南摩托车销量
- 三、2016年巴西摩托车产量
- 四、2016年印度摩托车销量
- 五、2016年泰国摩托车产量
- 六、2016年泰国摩托车销量
- 七、2016年欧洲会议出摩托车新标准
- 八、2016年本田摩托增加在阿根廷投资
- 九、印度的汽摩产业及潜在商机

第三章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、我国摩托车产业进入品牌时代

第二节2016年摩托车工业经济运行状况分析

- 一、2016年摩托车工业产销情况分析
- 二、2016年摩托车市场结构分析
- 三、2016年摩托车出口市场分析
- 四、2016年摩托车生产企业经济效益综述

第三节2016年摩托车工业经济运行分析及展望

- 一、2016年中国摩托车行业经济运行情况分析
- 二、2016年我国摩托车市场发展预测

第四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、我国摩托车发动机市场分析
- 五、2016年商务部拟认定8个国家摩托车升级基地
- 六、建立中国摩托车关键零部件创新体系
- 第五节中国摩托车行业发展问题及对策建议
 - 一、2016年产销量下降原因及存在问题
 - 二、2016年国产摩托车与国外品牌的差距
 - 三、2016年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2014-2016年中国摩托车制造业经济运行数据分析

第一节2014-2016年全国摩托车制造业主要经济指标

- 一、2016年全国摩托车制造业主要经济指标
- 二、2016年全国摩托车制造业主要经济指标

第二节2014-2016年全国及各省市摩托车制造业产销数据分析

- 一、2016年全国及各省市摩托车制造业产销数据分析
- 二、2016年全国及各省市摩托车制造业产销数据分析

第三节2014-2016年全国及各省市摩托车制造业资产负债分析

- 一、2016年全国及各省市摩托车制造业资产负债分析
- 二、2016年全国及各省市摩托车制造业资产负债分析

第四节2014-2016年全国及中国各省市摩托车制造业行业规模分析

- 一、2016年全国及各省市摩托车制造业行业规模分析
- 二、2016年全国及各省市摩托车制造业行业规模分析

第五节2014-2016年全国及各省市摩托车制造业盈利能力分析

- 一、2016年全国及各省市摩托车制造业盈利能力分析
- 二、2016年全国及各省市摩托车制造业盈利能力分析

第二部分摩托车市场发展情况分析

第五章摩托车市场分析

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

第二节2016年关于“禁摩”的分析

- 一、城市“禁限摩”的影响
- 二、产品创新升级带动行业转型升级
- 三、振兴摩托车产业群需打“组合拳”

第三节2016年摩托车市场分析及预测

- 一、2016年摩托车产销情况分析
- 二、2016年我国摩托车市场分析
- 三、2016年摩托车工业产销综述
- 四、2016年摩托车产销量预计

第四节2016年摩托车企业进军电动车战略

- 一、摩托巨头进军电动车重整格局
- 二、厂家在粤扩展计划暂停
- 三、五羊-本田上马电动车
- 四、新国标利好摩托车企业

第六章中国主要地区摩托车市场

第一节重庆

- 一、2016年重庆摩托车运行分析
- 二、2016年重庆摩托车出口位居全国第一
- 三、2016年重庆新研发摩托车铝合金车轮
- 四、2016年重庆启用摩托车行业自动化技术
- 五、2016年重庆确定为国家摩托车升级基地
- 六、重庆摩托车行业存在的挑战

第二节广东

- 一、2016年广东省摩托车市场概况
- 二、江门摩托车制造业优势分析

第七章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、摩托车在农村还会迎来一轮高潮

第二节2016年中国农村摩托车市场的需求趋势

- 一、农村地区摩托车市场的特点
- 二、农村地区摩托车市场的前景
- 三、农村地区摩托车市场的发展战略

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

第八章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、2016年摩托车出口分析
- 二、2016年摩托车出口统计

第三节2016年部分国家摩托车贸易壁垒分析

- 一、2016年印度提高进口关税摩托车
- 二、2016年巴西拟提高排放标准
- 三、2016年阿根廷将提高摩托车产品关税

第三部分摩托车行业竞争格局

第九章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2016年行业动态和未来格局分析

一、中国摩企发展规律

二、中国摩托车产业困局

三、中国摩托车竞逐高端

四、中国摩托车升级需倚仗技术

第十章主要企业分析

第一节豪爵控股

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节中国嘉陵工业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节重庆建设摩托车股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节浙江钱江摩托股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节力帆实业(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节隆鑫通用动力股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节新大洲控股股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四部分摩托车技术与政策分析

第十一章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

第十二章产业政策环境分析

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、2016年摩托车国 新规
- 四、摩托车下乡政策2016年1月31日到期
- 五、2016年商务部发布《机动车强制报废标准规定》
- 六、2016年中摩协发布摩托运动未来10年规划

第二节关于禁摩

- 一、“禁限摩”等多个因素致摩托车产销下滑
- 二、呼吁解除城市“禁限摩”

第三节相关法规介绍

- 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

第五部分摩托车行业发展趋势与策略

第十三章2017-2022年摩托车行业发展趋势分析

第一节2017-2022年摩托车行业发展趋势分析

- 一、2017-2022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、未来摩托车亟待产品升级
- 五、未来摩托车消费结构将发生变化

六、2017-2022年国内摩托车业的发展方向

第二节摩托运动未来10年发展规划

- 一、中国摩托运动发展回顾
- 二、未来10年中国摩托运动发展的指导思想、总体目标和基本原则
- 三、工作任务
- 四、工作措施

第十四章2017-2022年摩托车行业发展策略分析

第一节2017-2022年摩托车行业发展战略

- 一、特色化企业发展战略
- 二、差异化产品发展规划
- 三、建立中国摩托车关键零部件创新体系
- 四、适应新形势的营销策略

第二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

第三节2017-2022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

第四节2017-2022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

第五节2017-2022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

第六节新能源汽车产业发展对摩托车行业的启示

- 一、新能源汽车产业的发展
- 二、摩托车行业发展缺乏定性的方向和量化的目标

第十五章2017-2022年摩托车行业营销策略

第一节2017-2022年摩托车经销商的发展之路分析

- 一、煎熬期
- 二、存活期
- 三、成功期
- 四、快速发展期
- 五、成熟期

第二节2017-2022年摩托车最终用户的服务营销分析

- 一、售前服务
- 二、售中服务
- 三、售后服务
- 四、服务营销的优势

第三节2017-2022年摩托车的品牌营销策略

- 一、精选品类，细化步骤
- 二、深度沟通，做精零售
- 三、寻找差异，打造品牌服务
- 四、涉足制造，营建更大空间
- 五、卧薪尝胆，树立自身品牌

第四节2017-2022年摩托车产品的营销步骤

- 一、营销切入模式的选择
- 二、差异化推广策略
- 三、掌握四定原理
- 四、加强网络规划以及目标管理
- 五、掌握市场生命周期
- 六、特色性促销推广模式

第五节2017-2022年摩托车企业海外营销的手段

- 一、打“乱”仗
- 二、做品牌
- 三、本土化

图表目录

图表：2016年日本摩托车产品产量

图表：2016年日本摩托车产品出口量

图表：2005-2016年摩托车销售量情况

图表：2016年摩托车月度销售量情况

图表：2016年摩托车各主要车型销售量情况

图表：2016年摩托车各主要车型销售量构成情况

图表：2005-2016年摩托车出口量情况

图表：2016年摩托车各主要系列品种出口量所占比重情况

图表：2016年摩托车生产企业工业总产值及增长变动情况

图表：2016年摩托车生产企业营业收入和利润总额增长率变动情况

图表：2016年摩托车生产企业营业收入前10家所占比例

图表：2016年前十家企业销售量详细情况

图表：2016年1-12月摩托车制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2016年摩托车制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2016年1-12月全国及各省市摩托车制造业产成品统计数据

图表：2016年1-12月全国及各省市摩托车制造业产成品比去年同期增长

图表：2016年1-12月全国及各省市摩托车制造业工业销售产值统计数据

图表：2016年1-12月全国及各省市摩托车制造业工业销售产值比去年同期增长

图表：2016年1-12月全国及各省市摩托车制造业主营业务收入统计数据

图表：2016年1-12月全国及各省市摩托车制造业主营业务收入比去年同期增长

图表：2016年全国及各省市摩托车制造业产成品统计数据

图表：2016年全国及各省市摩托车制造业产成品比去年同期增长

图表：2016年全国及各省市摩托车制造业工业销售产值统计数据

图表：2016年全国及各省市摩托车制造业工业销售产值比去年同期增长

图表：2016年全国及各省市摩托车制造业主营业务收入统计数据

图表：2016年全国及各省市摩托车制造业主营业务收入比去年同期增长

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/286407286407.html>