

中国自行车市场发展现状及发展趋势分析报告（2013-2017）

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《中国自行车市场发展现状及发展趋势分析报告（2013-2017）》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/149913149913.html>

报告价格：电子版: 7000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

我国是世界自行车、电动自行车的生产、消费和出口大国。随着城市交通的拥挤状况日趋严重，加之社会倡导的绿色出行，使自行车的市场迅速扩大，2011年，我国自行车产量为8345万辆，较上年增长2.3%；电动自行车生产量也达到3096万辆，与上年增长4.8%；自行车整车出口额达29亿美元，零部件出口额达21亿美元，电动自行车出口额达2亿美元，合计金额创历史新高。产业规模平稳增长的同时，产品结构调整、产业转型升级初见成效成为2011年自行车行业发展中最大的亮点。

2012年1-9月，全国两轮脚踏自行车的产量达4365.3万辆，同比下降2.58%。从各省市的产量来看，天津市是我国自行车的主要生产基地，占全国总产量的四成左右。2012年1-9月，天津市两轮脚踏自行车的产量达1729.7万辆，同比下降4.39%，占全国总产量的39.62%。紧随其后的是浙江省、广东省和江苏省。

“十二五”时期，我国力争自行车全行业工业总产值年均增长6%，到2015年突破1000亿元。自行车企业要加大对高端产品的研发，提高中高档自行车的国际市场份额，扩大电动自行车出口比重，明显提升出口产品平均单价水平。适应国内多元化的消费层次，整合不同使用范围自行车的优点和特色，丰富产品功能，积极开发代步、健身、娱乐等多样化自行车产品，满足低碳健康生活对产品舒适性、娱乐性、轻便性和安全性的综合要求。大力开发适合农村市场、满足农民需求的电动自行车产品。

中国报告网发布的《中国自行车市场发展现状及发展趋势分析报告（2013-2017）》共十一章。首先介绍了中国自行车行业的概念，接着分析了中国自行车行业发展环境，然后对中国自行车行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国自行车行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国自行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。

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

第一章 自行车行业概述

第一节 自行车的相关概念

一、自行车的定义

二、自行车的原理

三、自行车的组成

第二节 自行车的分类及特征

一、自行车的部件

二、自行车的性能

三、自行车的分类

第二章 全球自行车行业现状与特点

第一节 国际市场发展状况

一、2012年国外自行车产业概况

二、国外电动自行车市场发展状况

三、2012年中全球自行车巨头对中国市场充满期待

第二节 主要国家和地区发展状况

一、2012年欧洲自行车市场情况

二、2012年美国自行车市场情况

三、德国自行车行业发展状况

四、法国自行车行业发展状况

五、荷兰自行车行业发展状况

六、2011年韩国自行车市场情况

七、2012年台湾地区自行车产业研发实力受肯定

第三章 自行车行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 自行车政策环境分析

一、2011年电动自行车产业政策

二、我国电动自行车相关法律和标准

三、国家《自行车安全要求》新标准

四、我国城市自行车交通规划

五、2012年三部门发意见加强城市步行和自行车交通系统建设

六、电动自行车行业存政策风险

第三节 中国自行车市场环境特点

一、其他交通工具的影响

二、自然环境和社会文化环境

三、经济环境

四、人口环境

五、自身缺陷

第四章 我国自行车行业分析

第一节 我国自行车行业发展分析

一、2007年自行车行业发展分析

二、2008年自行车行业发展分析

三、2009年自行车行业运行基本情况

四、2010年自行车行业发展分析

五、2011年自行车行业经济运行分析

六、2011年自行车行业发展分析

第二节 镁合金技术在自行车行业应用分析

一、镁合金技术简介

二、镁合金的特性

三、镁合金在自行车零部件方面的应用

四、2012年自行车镁合金及新型材料应用委员会落户天津

第三节 我国自行车行业发展问题与对策

一、我国自行车行业发展问题

二、自行车行业发展思路分析

三、我国自行车产业发展挑战与对策

第五章 我国电动自行车行业分析

第一节 我国电动自行车行业发展分析

一、我国电动自行车发展现状

二、2011年电动自行车市场概况

三、2012年我国电动车行业发展状况

四、2012年我国电动车行业发展状况

第二节 电动自行车用电池产业分析

一、电池行业发展现状

二、2012年国内铅蓄电池行业产能严重过剩

三、电动自行车用电池发展状况

第六章 我国自行车行业进出口分析

第一节 2012年自行车行业进出口政策分析

一、欧盟对从我国进口自行车零部件反倾销税政策

二、我国自行车出口行业发展面临三大问题亟待关注

三、国际自行车整车新标准2014年实施

第二节 自行车行业进出口分析

一、我国出口电动自行车产业分析

二、2011年我国自行车出口情况分析

三、2012年自行车出口形势分析和展望

第七章 我国自行车区域市场分析

第一节 2011-2012年天津自行车市场分析

- 一、天津自行车产业发展回顾
- 二、2011年天津市自行车行业发展状况
- 三、2012年天津自行车产业存在的问题
- 四、2012年天津自行车产业发展策略

第二节 其他地区自行车市场分析

- 一、深圳电动自行车产业发展状况
- 二、2012年浙江电动自行车行业分析
- 三、2012年武汉自行车行业发展分析
- 四、平乡县自行车及零配件产业集群发展分析

第八章 中国自行车行业竞争格局

第一节 中国电动自行车行业竞争格局

- 一、2011年电动车行业竞争格局变化动向
- 二、电动车行业竞争转向品牌和创新
- 三、电动车企业核心竞争力分析
- 四、电动车行业发展优势分析
- 五、电动车行业发展劣势分析

第二节 中国电动车企业竞争战略分析

- 一、成长期后期的国内电动车产业特征
- 二、成长期后期的国内电动车产业竞争战略

第九章 中国自行车行业重点企业分析

第一节 中路股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、公司发展战略分析

第二节 捷安特（中国）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、公司发展战略分析

第三节 金华市绿源电动车有限公司

- 一、企业概况
- 二、主要技术

三、2012年绿源电动车(江苏)有限公司生产基地正式奠基

四、2012年绿源电动车促销模式解读

五、2016年绿源电动车产销预测

第四节 金山开发建设股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第五节 天津富士达自行车有限公司

一、企业概况

二、富士达产品研发及质量把关

三、富士达电动车创新策略

第六节 天津飞鸽自行车有限公司

一、企业概况

二、品牌建设情况

第七节 青岛澳柯玛股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第八节 江苏新日电动车股份有限公司

一、企业概况

二、公司动态

三、公司发展战略分析

第九节 深圳信隆实业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第十章 2012-2016年中国自行车行业发展趋势分析

第一节 中国自行车行业“十二五”规划

一、“十二五”时期行业面临的形势

二、“十二五”时期行业发展的指导思想

三、“十二五”时期行业发展主要目标

四、“十二五”时期行业发展主要任务

五、主要保障措施

六、政策建议

第二节 2012-2016年自行车行业的发展趋势分析

一、2012年自行车行业的机遇与挑战

二、2012年车行业发展预测分析

三、2012年中国童车业发展趋势

第十一章 2012-2016年自行车企业发展策略分析

第一节 自行车企业发展策略

一、自行车企业的价值环节再造策略

二、自行车企业经营策略分析

三、电动车企业突出重围战略法则

四、电动自行车企业经营策略分析

第二节 电动自行车营销策略分析

一、电动车企业营销战略分析

二、电动自行车销售渠道分析

三、电动自行车整合营销策略分析

特别说明：中国报告网发行报告书中的数据和内容会随时间变化补充更新，报告出版年份对报告质量不会造成任何影响。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/149913149913.html>