

中国摩托车行业发展分析及发展前景预测与发展策略研究报告(2026-2031版)

报告简介

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。从大的方向上来说，摩托车分为街车，公路赛摩托车，越野摩托车，巡航车，旅行车等。

对摩托车的分类，不同国家有不同的分类方法。国际标准(ISO3833-

1977)按速度和重量将摩托车分为两类：两用摩托车和摩托车。中国摩托车的分类方法，大致上有两种：一种是按排量和最高设计时速，分为轻便摩托车和摩托车。轻便摩托车发动机工作容积不超过50毫升，最高设计时速不大于50公里。摩托车指发动机工作容积大于50毫升，最高设计时速超过50公里的两轮或三轮摩托车。另一咱是按车轮的数量和位置，分为两轮车、边三轮车和正三轮车三类。一般习惯上多按用途、结构和发动机型式和工作容积来分类。

2019年，中国摩托车行业呈现出稳中有升、稳中向好、稳中求变的积极态势，产品产销量逆势增长，销售结构进一步优化，优势企业规模效益进一步提高。数据显示，2019年，中国摩托车产销量分别为1736.7万辆、1713.3万辆，2020年，实现产量1702.35万辆，同比下滑1.98%，销量1706.67万辆，同比下滑0.38%。2016年我国摩托车市场规模为710亿元，至2019年增长至751亿元，2020年受疫情冲击，市场规模下降到741亿元。

近些年，随着人工智能、虚拟增强技术的广泛应用，国内外部分企业将这些高科技与摩托车相结合，诞生了一些黑科技的产品。如纯电动哈雷摩托、增强现实摩托车头盔、三星智能挡风玻璃、智能摩托车手套、宝马摩托车智能应急系统等。据韩国媒体报道，三星通过“三星智能挡风玻璃”的概念产品为摩托车添加智能仪表盘系统，使驾驶员手不离车便可与手机交互，智能挡风玻璃能显示各类信息，其中包括导航、电子邮件、消息和手机通知还具有短信自动回复功能。如此高科技的应用，将会高端摩托车行业开辟一条新的路径。由此可见，未来摩托车产业将朝着智能化、绿色化的方向发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、中国摩托车行业协会、摩托车白皮书、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先分析了国内外摩托车行业的发展，接着对中国摩托车的运营状况进行了细致的透析，然后具体介绍了分区域等市场的发展。随后，报告对摩托车企业经营、行业竞争格局等进行了重点分析，最后分析了摩托车行业的发展趋势并提出投融资建议。本报告数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对摩托车有个系统深入的了解、或者想投资摩托车行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一章 中国摩托车行业发展分析

第一节 摩托车行业发展现状

- 一、摩托车行业概念
- 二、摩托车行业主要产品分类
- 三、摩托车行业特性及在国民经济中的地位

第二节 摩托车行业主要品牌

- 一、摩托车行业主要厂商与品牌
- 二、摩托车行业主要厂商与品牌市场占有率格局

第三节 摩托车行业供求情况

- 一、摩托车行业产量情况
- 二、摩托车行业需求情况
- 三、摩托车行业市场规模

第四节 2026-2031年中国摩托车行业发展趋势分析

- 一、摩托车行业发展趋势

二、摩托车市场规模预测

三、摩托车行业应用趋势预测

四、摩托车细分市场发展趋势预测

第二章 中国摩托车行业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 摩托车行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

四、进出口政策影响分析

第三节 摩托车行业技术环境分析

一、行业技术发展概况

二、行业技术发展现状

第四节 摩托车行业社会环境发展分析

第三章 2021-2026年中国摩托车行业现状分析

第一节 中国摩托车行业产能概况

一、2021-2026年中国摩托车行业产能分析

二、2026-2031年中国摩托车行业产能预测

第二节 中国摩托车行业市场容量分析

一、2021-2026年中国摩托车行业市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2026-2031年中国摩托车行业市场容量预测

第三节 影响摩托车行业供需状况的主要因素

一、2021-2026年中国摩托车行业供需现状

二、2026-2031年中国摩托车行业供需平衡趋势预测

第四章 中国摩托车行业产业链分析

第一节 摩托车行业产业链概述

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第二节 摩托车上游产业发展状况分析

一、上游市场发展现状

二、上游生产情况分析

三、上游价格走势分析

第三节 摩托车下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第五章 中国摩托车行业进出口市场分析

第一节 摩托车行业进出口状况综述

第二节 摩托车行业进口市场分析

第三节 摩托车行业出口市场分析

第四节 摩托车行业进出口前景及建议

第六章 中国摩托车行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对摩托车行业的影响

第三节 主要摩托车企业渠道策略研究

第七章 中国摩托车产品价格走势及影响因素分析

第一节 摩托车产品价格回顾

第二节 摩托车产品当前市场价格及评述

第三节 摩托车产品价格影响因素分析

第四节 2026-2031年摩托车产品未来价格走势预测

第八章 中国摩托车行业供需情况及集中度分析

第一节 摩托车行业发展状况

一、摩托车行业市场供给分析

二、摩托车行业市场需求分析

三、摩托车行业市场规模分析

第二节 摩托车行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第九章 中国摩托车市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第十章 中国摩托车行业主要数据监测分析

第一节 摩托车行业总体数据分析

第二节 摩托车行业不同规模企业数据分析

第三节 摩托车行业不同所有制企业数据分析

第十一章 中国摩托车行业区域分析

第一节 华北地区摩托车行业发展状况分析

第二节 华中地区摩托车行业发展状况分析

第三节 华东地区摩托车行业发展状况分析

第四节 华南地区摩托车行业发展状况分析

第五节 西北地区摩托车行业发展状况分析

第六节 东北地区摩托车行业发展状况分析

第七节 西南地区摩托车行业发展状况分析

第十二章 中国摩托车行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、摩托车行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、摩托车行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、摩托车行业swot分析

1、摩托车行业优势分析

2、摩托车行业劣势分析

3、摩托车行业机会分析

4、摩托车行业威胁分析

第二节 摩托车行业竞争格局综述

一、摩托车行业竞争概况

1、摩托车行业竞争格局

2、摩托车业未来竞争格局和特点

3、摩托车市场进入及竞争对手分析

二、摩托车行业竞争力分析

1、摩托车行业竞争力剖析

2、摩托车企业市场竞争的优势

3、国内摩托车企业竞争能力提升途径

三、摩托车(服务)竞争力优势分析

1、整体竞争力评价

2、竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第十三章 摩托车主要企业发展概述

第一节 豪爵控股有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业主要产品分析

五、企业经营状况分析

六、主要经营数据指标

七、企业销售网络布局

八、公司发展战略与规划

第二节 广州汽车集团股份有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业主要产品分析

五、企业经营状况分析

六、主要经营数据指标

七、企业销售网络布局

八、公司发展战略与规划

第三节 重庆建设·雅马哈摩托车有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业主要产品分析

五、企业经营状况分析

六、主要经营数据指标

七、企业销售网络布局

八、公司发展战略与规划

第四节 铃木(中国)投资有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业主要产品分析

五、企业经营状况分析

六、主要经营数据指标

七、企业销售网络布局

八、公司发展战略与规划

第五节 宝马(中国)汽车贸易有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、主要经营数据指标
- 七、企业销售网络布局
- 八、公司发展战略与规划

第六节 宗申产业集团有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、主要经营数据指标
- 七、企业销售网络布局
- 八、公司发展战略与规划

第七节 隆鑫通用动力股份有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优势分析
- 四、企业主要产品分析

五、企业经营状况分析

六、主要经营数据指标

七、企业销售网络布局

八、公司发展战略与规划

第八节 新大洲控股股份有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业主要产品分析

五、企业经营状况分析

六、主要经营数据指标

七、企业销售网络布局

八、公司发展战略与规划

第九节 力帆实业(集团)股份有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业主要产品分析

五、企业经营状况分析

六、主要经营数据指标

七、企业销售网络布局

八、公司发展战略与规划

第十节 浙江钱江摩托股份有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优劣势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、主要经营数据指标
- 七、企业销售网络布局
- 八、公司发展战略与规划

第十四章 2026-2031年中国摩托车行业发展前景预测分析

第一节 摩托车行业未来发展预测分析

- 一、摩托车行业发展方向及投资机会分析
- 二、摩托车行业发展规模分析
- 三、摩托车行业发展趋势分析

第二节 摩托车行业供需预测

- 一、摩托车行业供给预测
- 二、摩托车行业需求预测

第十五章 2026-2031年中国摩托车行业投资风险预警

第一节 摩托车风险评级模型

- 一、行业定位
- 二、宏观环境
- 三、财务状况

四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节 摩托车行业发展中存在的问题

第三节 针对摩托车不同企业的投资建议

一、摩托车总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 摩托车投资风险提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十六章 2026-2031年中国摩托车行业发展策略分析

第一节 摩托车企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 摩托车企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 摩托车企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 摩托车企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第十七章 研究结论及投资发展建议

第一节 摩托车行业研究结论及建议

第二节 中道泰和摩托车行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

1、重点投资区域建议

2、重点投资产品建议

图表目录

图表：2021-2026年摩托车主要厂商市场占有率(%)

图表：2021-2026年我国摩托车产量(万辆)

图表：2021-2026年我国摩托车销量(万辆)

图表：2021-2026年我国摩托车市场规模(亿元)

图表：2026-2031年我国摩托车行业市场规模预测(亿元)

图表：2021-2026年和全年gdp初步核算数据

图表：gdp同比增长速度

图表：gdp环比增长速度

图表：2021-2026年各月累计营业收入与利润总额同比增速

图表：2021-2026年各月累计利润率与每百元营业收入中的成本

图表：2021-2026年经济类型营业收入与利润总额增速

图表：固定资产投资(不含农户)同比增速

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及构成

图表：2021-2026年新大洲控股股份有限公司利润表

图表：新大洲企业发展战略

图表：2026-2031年中国摩托车供给预测(万辆)

图表：2026-2031年中国摩托车需求预测(万辆)

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域swot战略分析图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号 : 202547

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210304/202547.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)