



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国摩托车产业市场运行及发展前景报告

一、调研说明

《2009-2012年中国摩托车产业市场运行及发展前景报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/24990.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 2008年全球摩托车产业运行动态

第一节 2008年全球摩托车产业运行概况

一、全球摩托车制造业特点

二、全球摩托车市场

三、全球摩托车价格走势

第二节 2008年全球主要国家摩托车产业的发展现状

一、意大利摩托车销售

二、西班牙摩托车行业将陷入低谷

三、泰国摩托车产业

四、越南建设地区性摩托车中心

第三节 2009-2012年全球摩托车行业发展前景

第二章 2008年中国摩托车行业运行环境

第一节 2008年中国摩托车产业政策环境

一、相关政策环境

二、相关政策对摩托车市场的影响

三、关于禁摩

第二节 2008年中国摩托车产业经济环境

一、中国GDP

二、城乡家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、人民币升值

四、中国经济受进入危机影响

第三节 2008年中国摩托车行业发展社会环境

第三章 2008年中国摩托车工业发展现状

第一节 2008年中国摩托车工业发展综述

一、摩托车工业的介绍

二、摩托车排量结构与市场格局的变化

三、摩托车工业在中国国民经济中的地位和作用

第二节 2008年中国摩托车行业面临的问题探讨

一、影响摩托车行业的四个"痼疾"依然存在

二、国内摩托车行业发展存在的困惑

三、中国摩托车产业加快淘汰步伐

四、中国摩托车行业技术方面的限制

五、制约中国摩托车行业发展的不足

六、国内摩托车行业自主创新进展缓慢

第三节 2008年促进中国摩托车行业发展的策略研究

一、中国摩托车行业发展的对策

二、对中国摩托车产业未来的战略思考

三、文化变革是摩托车产业突围的有效手段

第四章 2008年中国摩托车产业的技术研究

第一节 2008年中国摩托车电喷技术探讨

一、中国摩托车电喷技术运用现状

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

四、125摩托车电喷系统的开发研究

第二节 2008年中国摩托车减震器

一、摩托车减震器的分类

二、液压阻尼减震器的工作原理

三、减震力调节器及防点头装置

四、减震器油的技术要求

五、减震器油的调配方法

第三节 2008年中国摩托车发动机的技术

一、摩托车与发动机的匹配

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 2008年中国摩托车用材料

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

四、摩托车新型表面涂层技术

第五章 2007-2008年中国摩托车制造行业相关经济数据统计

第一节 2007-2008年中国摩托车制造业总体数据

一、2007年中国摩托车制造业全部企业数据

二、2008年中国摩托车制造业全部企业数据

第二节 2007-2008年中国摩托车制造业不同所有制企业数据

一、2007年中国摩托车制造业不同所有制企业数据

二、2008年中国摩托车制造业不同所有制企业数据

第三节 2007-2008年中国摩托车制造业不同规模企业数据

一、2007年中国摩托车制造业不同规模企业数据

二、2008年中国摩托车制造业不同规模企业数据

第四节 2007-2008年摩托车产量数据

一、2007年全国及重点省市摩托车产量

二、2008年全国及重点省市摩托车产量

第六章 2008年中国农村摩托车市场运行走势解析

第一节 2008年中国农村摩托车市场现状

一、摩托车销售转向农村市场

二、农村摩托车市场的现状

三、中国摩托车行业寻找农村突围

第二节 2008年中国农村摩托车市场的需求趋势

一、知名品牌是买车的首选

二、期望实在服务

三、低价位和高质量

第三节 2008年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 2008年农村区域摩托车交通安全管理的对策

一、完善社会化管理机制

二、加大宣传"五进"力度

三、提高管理效率

四、查纠交通违法

第七章 2008年中国摩托车进出口贸易态势

第一节 2008年中国摩托车进出口概况

一、2008年摩托车生产企业出口情况概述

二、中国摩托车生产企业出口特点详析

第二节 2007-2008年中国摩托车及装有辅助发动机的脚踏车；边车进出口数据

一、中国摩托车及装有辅助发动机的脚踏车；边车进出口总体数据

二、中国摩托车及装有辅助发动机的脚踏车；边车主要国家进出口数据

第三节 2008年中国摩托车进出口存在的问题与对策探讨

一、中国摩托车进出口存在的主要问题

二、中国摩托车出口的基本对策

三、中国摩托车出口要避免价格战

第八章 2008年中国摩托车行业营销策略及手段

第一节 2008年中国摩托车市场营销概述

一、中国摩托车经销商的发展之路

二、2008年中国摩托车最终用户的服务营销

三、2008年中国摩托车的品牌营销策略

第二节 2008年中国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

第三节 2008年中国摩托车企业海外营销的手段

一、打“乱”仗

二、做品牌

三、本土化

第九章 2008年中国摩托车行业竞争格局

第一节 摩托车行业竞争格局的变迁

第二节 2008年中国摩托车市场的竞争格局

- 一、摩托车市场的竞争特点
- 二、中国摩托车产业的品牌竞争
- 三、中国摩托车产业三大板块竞争现状
- 四、摩托车行业价格竞争的变化

第三节 2008年中国摩托车行业竞争战略

- 一、低成本战略
- 二、差异化战略
- 三、集中与专业化战略

第四节 2008年中国摩托车重点地区产业格局

- 一、重庆
- 二、广东
- 三、江浙

第十章 2008年中国摩托车产业上市公司概况

第一节 济南轻骑摩托车股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司主营业务收入及营业利润
- 三、公司净利润
- 四、公司每股收益
- 五、公司利润率走势
- 六、公司资产负债指标表

第二节 中国嘉陵工业股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司主营业务收入及营业利润
- 三、公司净利润
- 四、公司每股收益
- 五、公司利润率走势
- 六、公司资产负债指标表

第三节 宗申产业集团有限公司

- 一、公司概况

- 二、公司主营业务收入及营业利润
- 三、公司净利润
- 四、公司每股收益
- 五、公司利润率走势
- 六、公司资产负债指标表

第四节 浙江钱江摩托股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司主营业务收入及营业利润
- 三、公司净利润
- 四、公司每股收益
- 五、公司利润率走势
- 六、公司资产负债指标表

第五节 新大洲控股股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司主营业务收入及营业利润
- 三、公司净利润
- 四、公司每股收益
- 五、公司利润率走势
- 六、公司资产负债指标表

第十一章 2008年中国摩托车行业相关行业运行局势浅析

第一节 轴承行业

- 一、中国轴承行业发展现状简析
- 二、中国轴承行业整体效益
- 三、中国轴承行业急需解决的问题
- 四、中国轴承行业面临的问题与对策
- 五、"十一五"中国轴承行业发展

第二节 摩托车维修业

- 一、摩托车维修业的介绍
- 二、中国摩托车维修业的现状令人担忧
- 三、一类摩托车维修企业开业条件
- 四、二类摩托车维修业户开业条件

第三节 摩托车发动机业

- 一、中国摩托车发动机产业的现状
- 二、中国摩托车发动机行业的发展焦点
- 三、摩托车发动机行业发展对策
- 四、中国摩托车发动机产业的发展方向预测

第十二章 2009-2012年中国摩托车行业发展趋势

第一节 2009-2012年中国摩托车产业发展趋势预测

- 一、2009年中国摩托车产业升级迫在眉睫
- 二、"十一五"期间中国摩托车行业的发展规划
- 三、未来十年国内摩托车业的发展方向
- 四、中国摩托车企业重组与整合的方向

第二节 2009-2012年摩托车企业的发展

- 一、与国外知名企业合作继续加快
- 二、企业研发能力将成为竞争的焦点
- 三、产业集群趋势更加明显
- 四、生产集中度将进一步提高

第三节 2009-2012年中国摩托车行业盈利水平预测

第十三章 2009-2012年中国摩托车行业投资吸引力及风险

第一节 2009-2012年中国摩托车行业投资环境

第二节 2009-2012年中国摩托车行业投资吸引了

第三节 2009-2012年中国摩托车行业投资风险

- 一、市场运营风险
- 二、原材料风险
- 三、政策风险
- 四、技术风险

第四节 专家观点

第十四章 金融危机对摩托车产业的影响及企业应对策略

第一节 金融危机对摩托车产业的影响

- 一、金融业与摩托车产业的关系

- 二、当前金融危机对全球摩托车产业的影响
- 三、当前金融危机对我国的影响
- 四、次贷危机对我国摩托车行业的影响
- 五、次贷危机对我国摩托车企业发展的影响
- 六、我国摩托车产业当前政策与金融危机的关系
- 第二节 我国摩托车产业应对金融危机的主要策略探讨
 - 一、政策角度
 - 二、上、下游市场角度
 - 三、企业管理角度
 - 四、我国摩托车产业应对金融危机的主要策略评价
- 第三节 专家建议

图表名称：部分

图表 中国GDP

图表 城乡家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 人民币升值

图表 中国经济受进入危机影响

图表 2008年中国摩托车制造业国有企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业集体企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业股份合作制企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业股份制企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业私营企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业外商和港澳台投资企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业其他类型企业工业数据

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业累计工业总产值对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业累计产品销售收入对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业累计资产总计对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业累计利润总额对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业累计工业总产值增长对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业累计产品销售收入增长对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业累计利润总额增长对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业产销率对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业流动资产周转次数对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业人均销售率对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业亏损面对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业销售利润率对比

图表 2008年中国不同所有制摩托车制造企业资金利税率对比

图表 2008年中国摩托车制造业大型企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业中型企业工业数据

图表 2008年中国摩托车制造业小型企业工业数据

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业累计工业总产值对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业累计产品销售收入对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业累计利润总额对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业累计全部从业人员平均人数对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业累计工业总产值增长率对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业累计产品销售收入增长率对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业累计利润总额增长对比

图表 2008年不同规模摩托车制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业亏损面对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业销售利润率对比

图表 2008年中国不同规模摩托车制造企业资金利税率对比

图表 2007-2008年全国摩托车产量数据

图表 2007-2008年广东省摩托车产量数据

图表 2007-2008年重庆市摩托车产量数据

图表 2007-2008年浙江省摩托车产量数据

图表 2007-2008年江苏省摩托车产量数据

图表 2007-2008年山东省摩托车产量数据

图表 2007-2008年天津市摩托车产量数据

图表 2007-2008年上海市摩托车产量数据

图表 2006-2008年济南轻骑摩托车股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2006-2008年济南轻骑摩托车股份有限公司营业利润增长趋势图

图表 2006-2008年济南轻骑摩托车股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2006-2008年济南轻骑摩托车股份有限公司每股收益增长趋势图

图表 2006-2008年济南轻骑摩托车股份有限公司利润率走势图

图表 2006-2008年济南轻骑摩托车股份有限公司资产负债指标表

图表 2006-2008年中国嘉陵工业股份有限公司 主营业务收入增长趋势图

图表 2006-2008年中国嘉陵工业股份有限公司 营业利润增长趋势图

图表 2006-2008年中国嘉陵工业股份有限公司 净利润增长趋势图

图表 2006-2008年中国嘉陵工业股份有限公司 每股收益增长趋势图

图表 2006-2008年中国嘉陵工业股份有限公司 利润率走势图

图表 2006-2008年中国嘉陵工业股份有限公司 资产负债指标

图表 2006-2008年宗申产业集团有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2006-2008年宗申产业集团有限公司营业利润增长趋势图

图表 2006-2008年宗申产业集团有限公司净利润增长趋势图

图表 2006-2008年宗申产业集团有限公司每股收益增长趋势图

图表 2006-2008年宗申产业集团有限公司利润率走势图

图表 2006-2008年宗申产业集团有限公司资产负债指标表

图表 2006-2008年浙江钱江摩托股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2006-2008年浙江钱江摩托股份有限公司营业利润增长趋势图

图表 2006-2008年浙江钱江摩托股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2006-2008年浙江钱江摩托股份有限公司每股收益增长趋势图

图表 2006-2008年浙江钱江摩托股份有限公司利润率走势图

图表 2006-2008年浙江钱江摩托股份有限公司资产负债指标表

图表 2006-2008年新大洲控股股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2006-2008年新大洲控股股份有限公司营业利润增长趋势图

图表 2006-2008年新大洲控股股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2006-2008年新大洲控股股份有限公司每股收益增长趋势图

图表 2006-2008年新大洲控股股份有限公司利润率走势图

图表 2006-2008年新大洲控股股份有限公司资产负债指标表

图表 2009-2012年中国摩托车行业供给预测

图表 2009-2012年中国摩托车行业需求预测

图表 2009-2012年中国摩托车行业进出口预测

图表 2009-2012年中国摩托车行业盈利水平预测

图表 略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/24990.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。