



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2025-2031年中国摩托车行业市场 发展现状调研及投资趋势前景 报告

# 一、调研说明

《2025-2031年中国摩托车行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》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/379612.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](mailto: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

《2025-2031年中国摩托车行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对摩托车行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合摩托车行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。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。 报告目录： 第一章 摩托车行业相关概述 1.1 摩托车行业定义及特点 1.1.1 摩托车行业的定义 1.1.2 摩托车行业产品/服务特点 1.2 摩托车行业经营模式分析 1.2.1 生产模式 1.2.2 采购模式 1.2.3 销售模式 第二章 摩托车行业市场特点概述 2.1 行业市场概况 2.1.1 行业市场特点 2.1.2 行业市场化程度 2.1.3 行业利润水平及变动趋势 2.2 进入本行业的主要障碍 2.3 行业的周期性、区域性 2.3.1 行业周期分析 2.3.2 行业的区域性 2.4 行业与上下游行业的关联性 2.4.1 行业产业链概述 2.4.2 上游产业分布 2.4.3 下游产业分布 第三章 2024年中国摩托车行业发展环境分析 3.1 摩托车行业政治法律环境（P） 3.1.1 行业主管部门分析 3.1.2 行业监管体制分析 3.1.3 行业主要法律法规 3.1.4 相关产业政策分析 3.1.5 行业相关发展规划 3.1.6 政策环境对行业的影响 3.2 摩托车行业经济环境分析（E） 3.2.1 宏观经济形势分析 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析 3.3 摩托车行业社会环境分析（S） 3.3.1 摩托车产业社会环境 3.3.2 社会环境对行业的影响 3.4 摩托车行业技术环境分析（T） 3.4.1 摩托车技术分析 1、摩托车电喷技术探讨 2、摩托车减震器分析 3、摩托车发动机的技术分析 4、摩托车用材料分析 5、摩托车技术发展趋势 3.4.2 摩托车技术发展水平 3.4.3 行业主要技术发展趋势 3.4.4 技术环境对行业的影响 第四章 全球摩托车行业发展概述 4.1 2024年全球摩托车行业发展情况概述 4.1.1 全球摩托车行业发展现状 4.1.2 全球摩托车行业发展特征 4.1.3 全球摩托车行业市场规模 4.2 2024年全球主要地区摩托车行业发展状况 4.2.1 欧洲 4.2.2 美国 4.2.3 日韩 4.3 2025-2031年全球摩托车行业发展前景预测 4.3.1 全球摩托车行业市场规模预测 4.3.2 全球摩托车行业发展前景分析 4.3.3 全球摩托车行业发展趋势分析 4.4 全球摩托车行业重点企业发展动态分析 第五章 中国摩托车行业发展概述 5.1 中国摩托车行业发展状况分析 5.1.1 中国摩托车行业发展阶段 5.1.2 中国摩托车行业发展总体概况 5.1.3 中国摩托车行业发展特点分析 5.2 2020-2024年摩托车行业发展现状 5.2.1 2020-2024年中国摩托车行业市场规模 5.2.2 2020-2024年中国摩托车行业发展分析 5.3 2025-2031年中国摩托车行业面临的困境及对策 5.3.1 中国摩托车行业面临的问题 1、制约中国摩托车行业发展的不足 2、国内摩托车行业发展存在的困惑 3、中国摩托车行业技术方面的限制 5.3.2 中国摩托车企业发展困境及策略

分析 5.3.3 国内摩托车企业的出路分析 第六章 中国摩托车所属行业市场运行分析 6.1  
2020-2024年中国摩托车行业总体规模分析 6.1.1 企业数量结构分析 6.1.2 人员规模状况分析  
6.1.3 行业资产规模分析 6.1.4 行业市场规模分析 6.2 2020-2024年中国摩托车所属行业产销情况  
分析 6.2.1 中国摩托车所属行业工业总产值 6.2.2 中国摩托车所属行业工业销售产值 6.2.3 中国  
摩托车所属行业产销率 6.3 2020-2024年中国摩托车行业市场供需分析 6.3.1 中国摩托车行业供  
给分析 6.3.2 中国摩托车行业需求分析 6.3.3 中国摩托车行业供需平衡 6.4 2020-2024年中国摩  
托车所属行业财务指标总体分析 6.4.1 行业盈利能力分析 6.4.2 行业偿债能力分析 6.4.3 行业营  
运能力分析 6.4.4 行业发展能力分析 第七章 中国摩托车行业细分市场分析 7.1 摩托车行业细  
分市场概况 7.1.1 市场细分充分程度 7.1.2 市场细分发展趋势 7.1.3 市场细分战略研究 7.1.4 细  
分市场结构分析 7.2 两轮车市场 7.2.1 市场发展现状概述 7.2.2 行业市场需求分析 7.2.3 产品市  
场潜力分析 7.3 边三轮市场 7.3.1 市场发展现状概述 7.3.2 行业市场需求分析 7.3.3 产品市场  
潜力分析 7.4 正三轮市场 7.4.1 市场发展现状概述 7.4.2 行业市场需求分析 7.4.3 产品市场潜  
力分析 第八章 中国摩托车行业上、下游产业链分析 8.1 摩托车行业产业链概述 8.1.1 产业链  
定义 8.1.2 摩托车行业产业链 8.2 摩托车行业主要上游产业发展分析 8.2.1 上游产业发展现状  
8.2.2 上游产业供给分析 8.2.3 上游供给价格分析 8.2.4 主要供给企业分析 8.3 摩托车行业主要  
下游产业发展分析 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分  
析 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析 第九章 中国农村摩托车市场分析 9.1 农村摩托  
车市场发展分析 9.1.1 摩托车销售转向农村市场 9.1.2 农村摩托车市场概况 9.1.3 摩托车农村市  
场的特点 9.1.4 农村摩托车市场的细分 9.1.5 中国摩托车农村市场机遇与前景分析 9.2 中国农  
村摩托车市场的需求特点 9.2.1 知名品牌是买车的首选 9.2.2 期望实在服务 9.2.3 低价位和高质  
量 9.3 农村摩托车安全管理存在的问题及对策 9.3.1 农村摩托车安全管理面临的基本问题 9.3.2  
影响农村摩托车安全管理的主要原因 9.3.3 加强农村摩托车安全管理的对策 9.3.4 规范农村摩  
托车管理的具体措施 9.4 农村摩托车市场的发展对策 9.4.1 农村摩托车市场的发展策略 9.4.2  
开拓农村摩托车市场的要点 第十章 中国摩托车行业领先企业竞争力分析 10.1 浙江春风动力  
股份有限公司竞争力分析 10.1.1 企业发展基本情况 10.1.2 企业主要产品分析 10.1.3 企业竞争  
优势分析 10.1.4 企业经营状况分析 10.2 隆鑫通用动力股份有限公司竞争力分析 10.2.1 企业发  
展基本情况 10.2.2 企业主要产品分析 10.2.3 企业竞争优势分析 10.2.4 企业经营状况分析 10.3  
重庆宗申机车工业制造有限公司竞争力分析 10.3.1 企业发展基本情况 10.3.2 企业主要产品分  
析 10.3.3 企业竞争优势分析 10.3.4 企业经营状况分析 10.4 浙江钱江摩托股份有限公司竞争力  
分析 10.4.1 企业发展基本情况 10.4.2 企业主要产品分析 10.4.3 企业竞争优势分析 10.4.4 企业  
经营状况分析 10.5 新大洲本田摩托有限公司竞争力分析 10.5.1 企业发展基本情况 10.5.2 企业  
主要产品分析 10.5.3 企业竞争优势分析 10.5.4 企业经营状况分析 10.6 豪爵控股有限公司竞争

力分析 10.6.1 企业发展基本情况 10.6.2 企业主要产品分析 10.6.3 企业竞争优势分析 10.6.4 企业经营状况分析 10.7 五羊 本田摩托（广州）有限公司竞争力分析 10.7.1 企业发展基本情况 10.7.2 企业主要产品分析 10.7.3 企业竞争优势分析 10.7.4 企业经营状况分析 10.8 洛阳北方企业集团有限公司竞争力分析 10.8.1 企业发展基本情况 10.8.2 企业主要产品分析 10.8.3 企业竞争优势分析 10.8.4 企业经营状况分析 10.9 力帆科技（集团）股份有限公司竞争力分析 10.9.1 企业发展基本情况 10.9.2 企业主要产品分析 10.9.3 企业竞争优势分析 10.9.4 企业经营状况分析 10.10 铃木（中国）投资有限公司竞争力分析 10.10.1 企业发展基本情况 10.10.2 企业主要产品分析 10.10.3 企业竞争优势分析 10.10.4 企业经营状况分析 第十一章 2025-2031年中国摩托车行业发展趋势与前景分析 11.1 2025-2031年中国摩托车市场发展前景 11.1.1 2025-2031年摩托车市场发展潜力 11.1.2 2025-2031年摩托车市场发展前景展望 11.1.3 2025-2031年摩托车细分行业发展前景分析 11.2 2025-2031年中国摩托车市场发展趋势预测 11.2.1 2025-2031年摩托车行业发展趋势 11.2.2 2025-2031年摩托车市场规模预测 11.2.3 2025-2031年摩托车行业应用趋势预测 11.2.4 2025-2031年细分市场发展趋势预测 11.3 2025-2031年中国摩托车行业供需预测 11.3.1 2025-2031年中国摩托车行业供给预测 11.3.2 2025-2031年中国摩托车行业需求预测 11.3.3 2025-2031年中国摩托车供需平衡预测 11.3.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2025-2031年中国摩托车行业投资前景 12.1 摩托车行业投资机会分析 12.1.1 产业链投资机会 12.1.2 细分市场投资机会 12.1.3 重点区域投资机会 12.1.4 产业发展的空白点分析 12.2 摩托车行业投资风险分析 12.2.1 摩托车行业政策风险 12.2.2 宏观经济风险 12.2.3 市场竞争风险 12.2.4 关联产业风险 12.2.5 产品结构风险 12.2.6 技术研发风险 12.2.7 其他投资风险 12.3 摩托车行业投资潜力与建议 12.3.1 摩托车行业投资潜力分析 12.3.2 摩托车行业最新投资动态 12.3.3 摩托车行业投资机会与建议 第十三章 摩托车行业营销分析 13.1 摩托车经销商的发展之路分析 13.1.1 煎熬期 13.1.2 存活期 13.1.3 成功期 13.1.4 快速发展期 13.1.5 成熟期 13.2 摩托车最终用户的服务营销分析 13.2.1 售前服务 13.2.2 售中服务 13.2.3 售后服务 13.2.4 服务营销的优势 13.3 摩托车的品牌营销策略 13.3.1 精选品类，细化步骤 13.3.2 加深沟通，做精零售 13.3.3 差异化打造品牌服务 13.3.4 涉足制造，拓展大空间 13.3.5 打造自身品牌 13.4 摩托车产品的营销步骤 13.4.1 营销切入模式的选择 13.4.2 差异化推广策略 13.4.3 掌握四定原理 13.4.4 加强网络规划以及目标管理 13.4.5 掌握市场生命周期 13.4.6 特色性促销推广模式 第十四章 研究结论及建议 14.1 研究结论 14.2 建议 14.2.1 行业发展策略建议 14.2.2 行业投资方向建议 14.2.3 行业投资方式建议 图表目录： 图表1：摩托车 图表2：2019-2024年H1中国部分企业摩托车相关产品利润水平 图表3：行业的主要法律法规及产业政策 图表4：行业相关标准 图表5：行业相关标准（续表1） 图表6：行业相关标准（续表2） 图表7：行业相关标准（续表3） 图表8：行业相关标准（续表4） 图表9：行业相关即将实施标准（续表5） 图表10：地方层面摩托车行业政

策 图表11：2015-2024年H1年中国GDP发展运行情况 图表12：2011-2024年H1中国居民人均可支配收入情况 图表13：2008-2024年H1中国城镇及农村居民收入及消费支出情况 图表14：2024年H1居民人均消费支出构成占比 图表15：2024年H1居民人均消费支出情况 单位：元 图表16：2016-2024年H1中国固定资产投资（不含农户）投资情况 图表17：2015-2024年H1中国社会消费品零售总额情况 图表18：2015-2024年H1中国货物进出口总额情况 图表19：本田系的PGM-FI 图表20：豪爵系的DCP-FI和日本FI 图表21：2015-2023年全球摩托车产量情况 图表22：2015-2023年全球摩托车销量情况 图表23：2015-2023年全球摩托车市场规模 图表24：2015-2024年上半年欧洲主要国家摩托车登记注册量情况 图表25：2015-2023年美国摩托车销量情况 图表26：2015-2023年日本摩托车生产情况（单位：辆） 图表27：2015-2023年日本摩托车保有量情况（单位：辆） 图表28：2024-2031年全球摩托车市场规模预测 图表29：2018-2023年中国摩托车整车行业运行情况 图表30：2014-2024年中国摩托车行业产销量情况 图表31：2013-2024年中国摩托车行业市场需求规模 图表32：2014-2024中国摩托车行业产量情况 图表33：2024年08月摩托车生产情况汇总表（辆） 图表34：2024年08月摩托车生产分企业情况汇总表（辆） 图表35：2014-2024中国摩托车行业销量情况 图表36：2024年08月摩托车销售情况汇总表（辆） 图表37：2024年08月摩托车生产企业销售情况表（辆） 图表38：2018-2023年中国摩托车制造行业企业数量分析 图表39：2018-2023年中国摩托车制造行业人员规模分析 图表40：2018-2023年中国摩托车制造行业资产规模分析 图表41：2018-2023年中国摩托车制造行业市场规模分析 图表42：2018-2023年中国摩托车制造行业工业总产值分析 图表43：2018-2023年中国摩托车制造行业工业销售产值分析 图表44：2018-2023年中国摩托车制造行业产销率分析 图表45：2014-2024年中国摩托车行业供给分析 图表46：2014-2024年中国摩托车行业需求分析 图表47：2014-2024年中国摩托车行业供需分析 图表48：2018-2023年中国摩托车制造行业盈利能力分析 图表49：2018-2023年中国摩托车制造行业偿债能力分析 图表50：2018-2023年中国摩托车制造行业营运能力分析 图表51：2019-2023年中国摩托车制造行业发展能力分析 图表52：2011-2024年8月我国摩托车细分产品产量统计 图表53：2011-2024年8月我国摩托车细分产品销量统计 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/379612.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](http://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。