

2009-2012年二手摩托车行业竞争格局与投资战略 研究咨询报告

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《2009-2012年二手摩托车行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/yunshushebei/8151781517.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

摘要

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。限于100多年前，当时的汽油发动机尚处于低级幼稚的状况，当时的车辆制造尚为马车技术阶段，原始摩托车与现代摩托车在外形、结构和性能上有很大差别。原始摩托车的车架是木质的。从木纹上看，是木匠加工而成的。车轮也是木制的。车轮外层包有一层铁皮。车架中下方是数个方形木框，其上放置发动机，木框两侧各有一个小支承轮，其作用是静止时防止倾倒。因此。这辆车实际上是四轮着地。单缸风扇冷却的发动机，输出动力通过皮带和齿轮两级减速传动，驱动后轮前进。车座作成马鞍形，外面包一层皮革。其发动机汽缸工作容积为264mL，最大功率0.37kW(700r/min),仅为现代简易摩托车的1/5。时速12km，比步行快不了多少。由于当时没有弹簧等缓冲装置，此车被称为“震骨车”。可以想象，在19世纪的石条街道上行驶，简直比行刑还难受。尽管原始摩托车是那么简陋，但是从此摩托车才能不断变革，不断改进，才有了100多年的数亿辆现代摩托车的子孙。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国二手摩托车行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区二手摩托车市场的发展状况、二手摩托车消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国二手摩托车市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对二手摩托车未来发展趋势进行了研判，是二手摩托车生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前二手摩托车行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章、二手摩托车产品概述

第一节、产品定义、性能及应用特点

第二节、发展历程

第二章、二手摩托车行业产业链

第一节、上游产业发展状况分析

第二节、下游产业发展状况分析

第三节、关联产业发展状况分析

第三章、国内二手摩托车产品市场供需分析

第一节、二手摩托车市场特征分析

一、价格特征

二、渠道特征

三、购买特征

第二节、二手摩托车市场需求情况分析

第三节、二手摩托车市场供给情况分析

一、二手摩托车产能及产量分析

二、渠道供给能力

第四节、二手摩托车市场供给平衡性分析

第四章、中国二手摩托车行业进出口分析

第一节、二手摩托车行业进口分析

第二节、二手摩托车行业出口分析

第五章、国内主要二手摩托车C企业及竞争格局

第一节、优势企业分析

一、企业一

1、公司简介

2、产品构成

3、经营情况

二、企业二

1、公司简介

2、产品构成

3、经营情况

三、企业三

1、公司简介

2、产品构成

3、经营情况

四、企业四

1、公司简介

2、产品构成

3、经营情况

五、企业五

1、公司简介

2、产品构成

3、经营情况

第二节、行业竞争格局

第六章、中国二手摩托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、2009年中国宏观经济发展预测分析

第二节、近些年中国二手摩托车行业发展政策环境分析

一、二手摩托车行业主管部门、行业管理体制

二、二手摩托车行业主要法规与产业政策

第三节、二手摩托车行业SWOT分析

一、行业有利因素分析

二、行业不利因素分析

第七章、二手摩托车投资战略研究

第一节、二手摩托车发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第二节、对我国二手摩托车品牌的战略思考

一、品牌的基本含义

二、品牌战略在企业发展中的重要性

三、二手摩托车品牌的特性和作用

四、二手摩托车品牌的价值战略

五、我国二手摩托车品牌竞争趋势

六、二手摩托车企业品牌发展战略

七、二手摩托车品牌竞争策略

第八章、二手摩托车行业发展趋势分析

第一节、市场发展预测

一、市场规模预测分析

二、产品市场结构预测

三、渠道市场结构预测

第二节、行业竞争趋势

第三节、技术发展趋势

第九章、行业项目投资建议

第一节、二手摩托车技术应用注意事项

第二节、项目投资注意事项

第三节、二手摩托车开发注意事项

第四节、二手摩托车销售注意事项

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yunshushebei/8151781517.html>