

中国自行车行业市场运营格局及投资前景预测报告（2012-2016）

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《中国自行车行业市场运营格局及投资前景预测报告（2012-2016）》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/gonglu/139650139650.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

中国报告网发布的《中国自行车行业市场运营格局及投资前景预测报告（2012-2016）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章 近年来世界各国自行车产业发展形势分析 1

第一节 美国自行车产业与市场分析 1

一、美国自行车计划不断扩张 1

二、2010年美国自行车进口成长33% 2

第二节 日本自行车产业与市场分析 2

一、近年来日本自行车产业发展形势及未来发展展望 2

二、中国品牌开拓日本自行车市场困难及其原因分析 4

第三节 欧洲各国自行车产业与市场分析 5

一、英国关于自行车出行的政策支持的相关文件分析 5

（一）惠及面广 5

（二）里程补贴 6

二、骑自行车给英国带来经济效益 7

三、2011年德国生产自行车量价齐升 7

四、2011年法国自行车行业市场销售情况 8

第四节 欧盟拟继续对中国出口自行车征高税 10

第二章 中国自行车工业发展环境分析 11

第一节 国内自行车经济环境分析 11

一、GDP历史变动轨迹分析 11

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 18

三、2011年中国自行车经济发展预测分析 20

第二节 中国自行车行业政策环境分析 23

第三章 我国自行车工业运行形势分析	30
第一节 中国自行车行业发展综述	30
一、中国自行车行业运行特点分析	30
二、中国的自行车品牌介绍	31
三、自行车生产情况	33
第二节 2011我国自行车行业运行分析	33
一、2011年我国自行车行业整体运行情况	33
二、产值走势情况	35
三、效益情况	35
四、产量情况	35
五、进出口情况	36
六、重点产区情况	38
第四章 我国自行车市场形势及电动自行车下乡分析	40
第一节 高端自行车再掀奢侈品市场狂潮	40
第二节 我国电动自行车市场井喷后的差异化格局	41
一、电动自行车行业经过一个爆炸性的增长	41
二、企业应警惕进入竞争战略的误区	42
第三节 2011年我国电动自行车下乡发展形势分析	43
第四节 电动自行车下乡及存在的问题分析	46
一、电动自行车下乡契合农民需求	46
二、电动自行车下乡积极应对动力和安全等问题	47
三、电动自行车下乡补贴遇难题	47
第五节 电动自行车乡镇市场开发策略	49
一、开发乡镇经销网点策略	49
(一) 乡镇市场开发的选择策略	49
(二) 乡镇分销商选择策略	50
(三) 与乡镇分销商的合作方式的模式	51
(四) 分销商专营店建点标准	51
(五) 制定合理配备产品结构	51
二、乡镇经销网点管理策略	52
(一) 专人专项管理乡镇市场	52
(二) 建立分销商的品牌忠诚度	52
(三) 定期召开乡镇分销商会议，加强培训	53
(四) 建立“一对一”的分销商档案	53
三、乡镇市场的宣传与促销策略	54

- (一) 乡镇市场宣传载体 54
- (二) 乡镇市场终端活动 55
- 第五章 2008-2010年中国自行车产量统计分析 56
 - 第一节 2008年中国自行车产量数据分析 56
 - 一、2008年全国自行车产量数据分析 56
 - 二、2008年自行车重点省市数据分析 56
 - 第二节 2009年中国自行车产量数据分析 57
 - 一、2009年全国自行车产量数据分析 57
 - 二、2009年自行车重点省市数据分析 57
 - 第三节 2010年中国自行车产量数据分析 58
 - 一、2010年全国自行车产量数据分析 58
 - 二、2010年自行车重点省市数据分析 59
 - 第四节 2011年中国自行车产量数据分析 59
 - 一、2011年全国自行车产量数据分析 59
 - 二、2011年自行车重点省市数据分析 60
 - 第五节 2012年7月中国自行车产量数据分析 60
 - 一、2012年7月全国自行车产量数据分析 60
 - 二、2012年7月自行车重点省市数据分析 61
- 第六章 2009-2011年中国自行车制造行业数据监测分析 62
 - 第一节 2009-2011年中国自行车行业总体数据分析 62
 - 一、2009年中国自行车行业全部企业数据分析 62
 - 二、2010年中国自行车行业全部企业数据分析 63
 - 三、2011年中国自行车行业全部企业数据分析 65
 - 第二节 2009-2011年中国自行车行业不同规模企业数据分析 67
 - 一、2009年中国自行车行业不同规模企业数据分析 67
 - 二、2010年中国自行车行业不同规模企业数据分析 67
 - 三、2011年中国自行车行业不同规模企业数据分析 68
 - 第三节 2009-2011年中国自行车行业不同所有制企业数据分析 68
 - 一、2009年中国自行车行业不同所有制企业数据分析 68
 - 二、2010年中国自行车行业不同所有制企业数据分析 69
 - 三、2011年中国自行车行业不同所有制企业数据分析 69
- 第七章 中国电动自行车市场运行动态分析 71
 - 第一节 中国电动自行车发展概况 71
 - 一、中国电动自行车发展概述 71
 - 二、深圳电动自行车产业已经形成四大优势 75

- 三、中国电动自行车产业的现状 76
- 四、2011年电动自行车技术发展概况 80
- 第二节 中国电动自行车竞争概况 86
 - 一、中国电动自行车的竞争概况 86
 - 二、电动自行车市场竞争服务先行 87
 - 三、电动自行车企业核心竞争力的确立 88
 - 四、电动自行车行业进入品牌和创新竞争时代 91
- 第三节 电动自行车存在的问题 92
 - 一、电动自行车市场存在的四个问题 92
 - 二、电动自行车质量问题严重 92
 - 三、电动自行车的发展瓶颈 93
 - 四、电动自行车面临的障碍和困难 94
- 第四节 中国电动自行车的发展对策 95
 - 一、电动自行车发展的几点建议 95
 - 二、电动自行车的六项发展对策 95
 - 三、电动自行车企业的营销策略 98
 - 四、电动自行车发展的战略定位及取向 102
- 第八章 中国自行车产业重点省市运行态势分析 105
 - 第一节 江苏自行车产业发展状况 105
 - 一、江苏成全球自行车制造重要基地 105
 - 二、江苏自行车行业面临的挑战和机遇 106
 - 三、江苏电动自行车产品质量亟待提高 109
 - 四、反倾销对江苏自行车出口影响及对策 110
 - 第二节 广东自行车产业发展状况分析 111
 - 一、广东省电动自行车将实行统一登记 111
 - 二、2011年1-11月广东口岸自行车出口量跌价增 112
 - 三、2011年广东省电动自行车产品质量专项监督抽查结果 113
 - 四、广东自行车出口存在的问题及建议 114
 - 第三节 浙江自行车产业发展状况分析 115
 - 一、浙江自行车行业的特点 115
 - 二、浙江电动自行车发展概况 115
 - 三、浙江电动自行车发展势头强劲 116
 - 四、浙江电动自行车存在的问题及发展策略 116
 - 第四节 上海自行车产业发展状况分析 117
 - 一、上海电动自行车质量在低水平徘徊 117

- 二、上海市场自行车合格率不容乐观 118
- 三、上海电动自行车电池污染成环保新隐患 119
- 四、上海制定《燃气助力车消费争议纠纷解决办法》 120
- 第五节 天津自行车产业发展状况分析 121
 - 一、天津自行车产业发展概况 121
 - 二、天津电动自行车呈井喷式增长 122
 - 三、天津电动自行车的优势及发展障碍 122
- 第九章 中国自行车行业重点企业分析 126
 - 第一节 深圳中华自行车(集团)股份有限公司 126
 - 一、企业概况 126
 - 二、企业主要经济指标分析 126
 - 三、企业盈利能力分析 128
 - 四、企业偿债能力分析 129
 - 五、企业运营能力分析 129
 - 六、企业成长能力分析 130
 - 第二节 金山开发建设股份有限公司 131
 - 一、企业概况 131
 - 二、企业主要经济指标分析 131
 - 三、企业盈利能力分析 133
 - 四、企业偿债能力分析 134
 - 五、企业运营能力分析 135
 - 六、企业成长能力分析 135
 - 第三节 中路股份有限公司 136
 - 一、企业概况 136
 - 二、企业主要经济指标分析 137
 - 三、企业盈利能力分析 138
 - 四、企业偿债能力分析 139
 - 五、企业运营能力分析 140
 - 六、企业成长能力分析 141
 - 第四节 深圳信隆实业股份有限公司 141
 - 一、企业概况 141
 - 二、企业主要经济指标分析 142
 - 三、企业盈利能力分析 143
 - 四、企业偿债能力分析 144
 - 五、企业运营能力分析 145

六、企业成长能力分析	146
第五节 捷安特（中国）有限公司	146
一、企业概况	146
二、企业主要经济指标分析	147
三、企业盈利能力分析	147
四、企业偿债能力分析	147
五、企业运营能力分析	148
六、企业成长能力分析	148
第六节 天津富士达自行车有限公司	148
一、企业概况	148
二、企业主要经济指标分析	149
三、企业盈利能力分析	149
四、企业偿债能力分析	150
五、企业运营能力分析	150
六、企业成长能力分析	150
第七节 江苏新日电动车股份有限公司	151
一、企业概况	151
二、企业主要经济指标分析	152
三、企业盈利能力分析	153
四、企业偿债能力分析	154
五、企业运营能力分析	154
六、企业成长能力分析	154
第八节 广东天任车料有限公司	155
一、企业概况	155
二、企业主要经济指标分析	155
三、企业盈利能力分析	156
四、企业偿债能力分析	156
五、企业运营能力分析	156
六、企业成长能力分析	157
第九节 永祺（常州）车业有限公司	157
一、企业概况	157
二、企业主要经济指标分析	157
三、企业盈利能力分析	158
四、企业偿债能力分析	158
五、企业运营能力分析	159

六、企业成长能力分析 159

第十节 常州普利司通自行车有限公司 159

一、企业概况 159

二、企业主要经济指标分析 160

三、企业盈利能力分析 161

四、企业偿债能力分析 161

五、企业运营能力分析 161

六、企业成长能力分析 162

第十章 2011-2015年中国自行车行业的前景趋势分析 163

第一节 2011-2015年中国自行车发展趋势分析 163

一、自行车的发展趋势 163

二、自行车交通的发展趋势 164

三、中国自行车市场前景依然广阔 166

第二节 2011-2015年中国电动自行车发展趋势分析 167

一、电动自行车的三个发展趋势 167

二、电动自行车市场的流行趋势 168

三、电动自行车产品差异化发展趋势 169

四、中国将成为世界电动自行车的工厂 173

第三节 2011-2015年中国新产品开发及走向 175

一、加拿大发明氢动力自行车 175

二、马来西亚太阳能自行车面市 176

三、扬州气动助力自行车投放市场 176

四、节能自发电自行车在浙江研制成功 177

第十一章 2011-2015年中国自行车行业发展的重要问题与发展策略分析 179

第一节 近年来我国自行车出口贸易存在的问题分析 179

一、原有资源成本优势逐渐缩小，出口盈利状况不理想 179

二、缺乏长远的国际市场开发战略 179

（一）出口缺乏自有品牌 179

（二）营销方式落后 179

（三）大规模企业少，经营管理水平落后 180

三、出口产品品质有待提高、结构不尽合理 180

（一）产品结构单一，科技含量低，研发能力不强 180

（二）产品在品质和安全方面达不到较高水平 180

四、市场应变能力低，外部竞争环境日趋激烈 181

（一）对国际经济环境和国内政策变化未能做出及时反应 181

- (二) 外部竞争环境日趋激烈 181
- 第二节 新形势下我国自行车整车出口贸易对策分析 182
 - 一、树立国际品牌意识，积极拓展国际营销渠道，提高国际营销水平 182
 - 二、提高技术含量，实现自主创新及产品的结构升级 182
 - 三、针对宏观环境及政策变化及时做出调整 183
 - (一) 了解最新市场信息，掌握最新行业动态，提高风险防范意识 183
 - (二) 继续实行“走出去”发展战略 183
 - 四、突破技术壁垒，积极应对反倾销 184
 - 五、重视人才的引进和培养 184
- 第三节 淘汰超标电动自行车及对行业发展影响分析 185
 - 一、各方分歧过大新国标难产 185
 - 二、涉及巨额补偿，淘汰操作难 186
 - 三、双限标准对电动自行车行业影响分析 187
 - 四、电动自行车管理要避免削足适履和脚痛医脚 189
- 第四节 我国电动自行车行业期待科学规范发展 191
 - 一、国内对电动自行车产业的分类管理是大势所趋 191
 - 二、电动自行车期待科学规范发展 191
- 第五节 电动自行车纳入新能源汽车规划问题分析 195
- 第十二章 2011-2015年中国电动自行车行业投资风险分析 197
 - 第一节 我国电动自行车产业分析 197
 - 一、电动自行车销售市场向县级城市和广大农村转移，未来前景广阔 197
 - 二、产业发展遭遇政策性风险 197
 - 三、行业三大问题应引起重视 198
 - (一) 产能过剩应引起重视 198
 - (二) 新的行业标准应尽快出台 199
 - (三) 应鼓励和支持企业开发符合农村消费习惯的电动自行车产品 199
 - 第二节 电动自行车同质化竞争问题与产业升级分析 199
 - 一、“以量取胜”阻碍行业可持续发展 199
 - 二、同质化竞争制约技术水平提升 200
 - 三、实现产业升级成为电动车行业必然选择 201
 - 第三节 汽车、摩托车企业进入电动自行车行业与企业洗牌分析 202
 - 第四节 我国锂电池自行车面临重重障碍 203
 - 一、材料性能有差距 203
 - 二、车身轻量化难度大 204
 - 三、产品标准不统一 205

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gonglu/139650139650.html>