

2021年中国自行车市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2021年中国自行车市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/541505541505.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、自行车行业概述

自行车，又称脚踏车或单车，通常是二轮的小型陆上车辆。人骑上车后，以脚踩踏板为动力，是绿色环保的交通工具。

自行车是属于传统产业，在我国也具有100多年的发展历史。

中国自行车发展历史

时间

事件

19世纪60年代

几辆自行车首次由欧洲运到上海，此时的自行车是两脚踏地引车而走的业余消遣的娱乐性代步工具。

19世纪70年代

人力车由法国人米拉从日本运到上海，这种车又称“黄包车”“东洋车”，成为了代步工具，随后人力车的修、租、贩制造业在上海兴起。

19世纪80年代

英商怡和、法商礼康等洋行将自行车及零件列为“五金杂货类”开始输入到上海，到19世纪末在上海已有广泛市场。

19世纪90年代

原来设摊修理马车、人力车的诸同生选址上海南京路(今南京东路)604号，开办了同昌车行，经营自行车及零配件。

20世纪初

上海有近20家自行车商店。第一次世界大战结束后，自行车成为邮差的交通工具，自行车需求激增，以老闸区(今黄浦区)为中心的自行车销售网络开始形成。

20世纪60-70年代

自行车成为家庭生活中的“奢侈品”，且由于当时我国实行计划经济，购买自行车必须凭票，自行车成了结婚时必备“三大件”之一，因此形成了“一票难求”的局面。

20世纪80年代

北京的自行车以平均50多万辆/年的速度增长。自行车逐渐成为中国人最重要、最普及的代步工具，更是让中国成为外国人眼中的“自行车王国”。

20世纪90年代

随着社会发展以及经济水平的提高，摩托车、小汽车挤压自行车市场，自行车骑车出行比例逐年下降。

21世纪初至今

自行车渐渐有了时尚、运动、休闲、健身等新定位，休闲型、公路型、山地越野型等各种类

型各种功能的单车出现，自行车行业得到了进一步的发展，目前，中国已成为世界最大的自行车生产基地。资料来源：研观天下数据中心整理

观研报告网发布的《2021年中国自行车市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》显示。自行车种类较多，主要有普通单车、公路单车、健身单车等等，具体如下：

自行车的主要种类及特点

自行车种类

特点

普通单车

一般指坤车，骑行姿势为弯腿站立式。优点：舒适度较高，长时间骑行不易疲乏。缺点：弯腿姿势不易加速，单车零件较普通，速度不高。

公路单车

用来在平滑公路路面上使用的车种。速度高于普通单车，车头多为下弯把手以减低风阻，且挡位较高，轮径大，重量较轻，是公路车是最为优美的自行车。

健身单车

最主要的特点是手脚双动力，时速可达40km/h。做功方式多、健身效果好，可锻炼到身体的多处肌肉，既可给中老年人代步健身，也可给年轻人旅游娱乐。

场地单车

用于在室内极其平滑的椭圆形赛道上使用的自行车，这种自行车没有车闸(刹车用的)，没有变速器，且没有可逆转的飞轮。

速降单车

速降自行车，也称落山自行车，是一种极具挑战性的活动。骑手利用特制的速降自行车在山坡上滑翔，甚至坠山来寻求刺激。进行此项活时必须佩戴头盔、护甲等装备。

山地单车

山地自行车为骑乘于山区的车种，可变速，胎粗抓地力好适合越野，有减震系统减小颠簸。整体强度较大抗冲击能力强。较耐损。

儿童单车

又称儿童自行车、儿童脚踏车，是童车之中的一大门类。

旅行单车

由公路自行车发展而来，适合超远程自给自足的旅行，有较舒适放松的车架几何设计，能够负重，有很低的最低档位，使用较宽的车胎，配件选择方面追求可靠耐用而不太侧重减轻重量。

死飞单车

死飞车起源于场地自行车，飞轮是固定的，向前踩车子向前，向后踩则车子向后。其价格低廉，同时需要一定的骑行技术，并有危险性，所以厂商开发的产品是死飞和活飞两用的，并装有刹车，以保证安全。

多人自行车

又称为协力车，由两人以上协同出力，由第一位控制方向。多用于旅游景点供情侣、家庭、朋友们游玩使用。

小轮车

又称BMX（自行车越野），其车型较小，轮胎较粗，且比赛的赛道也和越野摩托车所用的赛道十分相似，分平花，街式，土坡等很多种类，每种玩法也不尽相同。

技术车

技术车一种专门用于极限运动的自行车，这类车更加轻量化且车身异常坚固，没有变速器，没有置放架，甚至移去了刹车机制。

折叠单车

是为了便于携带与装进车内而设计的车种，有些地方的铁路及航空等公共交通工具允许旅客随身携带可折叠收合并装袋的自行车。资料来源：研观天下数据中心整理

当今由于环保以及交通的问题，自行车已经再度成为世界各国居民喜爱的交通、健身工具，且整个自行车行业的重心也正在从传统的代步型交通工具向运动健身型、山地越野型、极限挑战型、休闲型转变。

二、我国自行车行业市场现状

观研报告网发布的资料显示，从我国规模以上自行车企业产量来看，2017-2019年，我国我国自行车产量呈现逐年下降的状态；到2019年之后，我国自行车产量开始增加；2020年我国规模以上自行车企业总产量达到4437万辆，超过了2018年的4330万辆；截止到2021年7月份，产量已经突破了2900万辆，同比增长13.3%。

2017-2021年7月我国规模以上自行车企业总产量统计

资料来源：研观天下数据中心整理

从2021年我国规模以上自行车制造企业总效益来看，今年1-4月，我国规模以上自行车制造企业营业收入为640.9亿元，同比增长58.3%，实现利润总额22.8亿元，同比增长75.8%；到7月份，全国规模以上自行车制造企业营业收入更是累计达到1245.2亿元，同比增长36.8%，实现利润总额58.2亿元，同比增长51.2%。

2021年我国规模以上自行车企业效益情况

时间

营业收入（亿元）

同比增长

利润总额（亿元）

同比增长

1-4月

640.9

58.3%

22.8

75.8%%

1-5月

835.3

49.4%

31.5

33.1%

1-6月

1044.6

42.7%

41.6

44.4%

1-7月

1245.2

36.8%

58.2

51.2%资料来源：研观天下数据中心整理

从我国自行车消费者拥有的车型来看，2020年，公路单车和山地单车成为用户主要拥有的车型，其中公路单车占比71%；山地单车占比56%。

2020年我国自行车消费者拥有车型情况

资料来源：研观天下数据中心整理

从我国2020年消费人群对自行车品牌感知度来看，消费者对自行车品牌感知度最高的是捷安特品牌，占比40.40%；其次是凤凰牌，占比35.80%；再其次是美利达，占比25.40%；排名第四的则是永久牌，占比24.60%。

2020年消费人群对自行车品牌感知度TOP8

资料来源：研观天下数据中心整理

从2020年我国消费者换购自行车频率情况来看，有45.4%的消费者是三年一换；24.10%的消费者是一到三年一换；14.80%的消费者一般不换；11.1%的消费者一年一换；4.6%的消费者没换过。

2020年我国消费者换购自行车频率情况

资料来源：研观天下数据中心整理

从2020年我国自行车用户拥有的自行车车价格情况来看，目前自行车用户拥有的自行车主要集中在中高端。其中价格在8001-15000元的最多，占比26%；其次是2501-5000元，占比22%；排名第三的则是15001-30000元，占比19%；排名第四的是5001-8000元，占比16%。

2020年我国自行车用户拥有的自行车车价格情况

资料来源：研观天下数据中心整理

三、我国自行车行业进出口现状

从我国自行车进出口量和总金额情况来看，总体来说我国自行车的进口量和进口总金额是在减少，出口量和出口总金额是在增加，且出口量和出口总金额是远大于进口量和进口总金额，呈现贸易顺差。

2016-2021年H1我国自行车进出口量情况

资料来源：研观天下数据中心整理

2016-2021年H1我国自行车进出口总金额情况

资料来源：研观天下数据中心整理

2020年我国自行车出口量突破了6029万辆，较2019年增加了770.3万辆；2020年我国自行车出口金额为36.43亿美元,较2019年增加了7.92亿美元；截止到今年上半年，我国自行车出口量已经达到了2933.20万辆，出口金额达到了19.84亿美元。

根据我国海关代码分类，自行车主要分为竞赛型自行车、山地自行车、越野自行车及其他未列名自行车。

从我国自行车进口车型细分情况来看，近两年除了其他未列名自行车外，相比之下竞赛型自行车进口量最多，越野自行车进口量最少；其中2020年竞赛型自行车进口数量为2.33万辆，2021年上半年为1.18万辆，2020年越野自行车进口数量为0.08万辆，2021年上半年为0.06万辆。

从我国自行车出口车型细分情况来看，近两年除了其他未列名自行车外，山地自行车出口量最多，2020年其出口数量为951.9万辆，今年上半年更是已经达到了516.33万辆；竞赛型自行车出口量最少，2020年其出口数量为20.23万辆，今年上半年为16.74万辆。

2019-2021年H1我国自行车进口车型情况

资料来源：研观天下数据中心整理

2019-2021年H1我国自行车出口车型情况

资料来源：研观天下数据中心整理

四、我国自行车行业竞争格局

从我国自行车行业的竞争格局来看，目前我国自行车行业可分为三个梯队，第一梯队是雄厚资金、规模较大，注重产品质量和技术创新，拥有较高市场认可度和品牌知名度的大型自行车企业，如捷安特、美利达等；第二梯队是研发设计能力和产业链整合能力较强且销售渠道较为广泛，多以ODM/OEM等形式的出口型企业，如富士达、喜德盛、久祺股份等；第三梯队是行业内缺乏自主创新能力且生产设备水平较低，主要生产低档次、低附加值产品，依靠价格竞争拓展周边区域市场的中小型企业。

我国自行车行业梯队示意图

资料来源：研观天下数据中心整理

我国主要自行车企业基本情况

公司

基本情况

巨大机械

台湾上市公司，成立于1972年，以生产捷安特自行车闻名于全球，目前是台湾规模最大、品牌形象良好的自行车专业厂商。近年来该公司已发展成为跨国经营的国际品牌，每年生产近500万台各式自行车，且在欧美、日本、澳洲、加拿大、中国等地已经建立了自有品牌全球行销网。

美利达

台湾自行车行业第一家上市公司，成立于1972年，已被评价为中国台湾十大国际品牌之一。其公司的自行车行销全球88个国家和地区，受到许多世界冠军和奥运金银牌选手们的青睐，为国际知名的高级自行车领导品牌之一。

上海凤凰

由“凤凰股份”变更而来。目前该公司有自行车车业、土地开发建设、准金融三大产业板块，其主营凤凰自行车整车业务。该公司具有完善的品牌管理、生产研发和产品销售体系，其生产销售的“凤凰牌”自行车系列产品在国内家喻户晓，在欧美拉非等国际市场也均占有一席之地。2015年上海凤凰收购自行车零部件生产企业江苏华久辐条制造有限公司，其自行车业务逐渐从整车向上游零部件延伸。

中路股份

是我国品牌历史悠久、产品类型齐全、生产颇具规模的上市公司，主要经营“永久牌”自行车和“中路牌”全自动保龄设备。目前已经形成了以自行车、电动自行车、公共自行车租赁服务系统等为核心的两轮车产品群和以保龄设备、天然乳胶制品、塑胶铺面材料、全自动棋牌设备等为核心的康体产品群。

富士达

创建于1992年天津，是一家以自行车为主销产品，集设计、研发、生产、销售于一体的大型自行车公司。该公司年产销量1000多万台，在国外产品已经覆盖了近30个省、市、自治区，有1000多家专卖店，在国外产品远销欧美、日本、韩国、东南亚等地区。

喜德盛

成立于1995年，是集研发、制造、销售、服务于一体自行车高新技术企业，该公司拥有业界先进的设备和制造工艺。整车年生产能力超过1000万辆。其销售渠道已覆盖全国30多个省、市、自治区，有2000多家专卖店。

久祺股份

2021年8月在深交所创业板A股上市。该公司主要从事自行车整车及零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，是国内主要的自行车产品出口商之一，产品远销全球80多个国

家和地区。资料来源：研观天下数据中心整理

五、我国自行车行业发展趋势

1、中高端自行车将迎来较快发展

目前我国自行车行业出现了向中高端化发展的趋势，且2020年我国自行车用户拥有的自行车价格主要集中在2501-15000元。随着我国居民消费水平的提高，加上自行车协会对于自行车活动的积极推广，未来几年我国中高端自行车将迎来较快发展。具体表现为：材质上将由传统的钢铁向金属合金、碳纤维等高端轻便的材质升级；外观上将朝着质感美观、个性化等方向发展；功能上将从代步向运动休闲、健身等方面发展等等。

2、自行车将向设计多元化、个性化、定制化发展

随着我国人民生活水平的提高和消费观念的改变，消费者需求将促进我国自行车行业向设计多元化、个性化、定制化方向发展。

当前我国自行车正在由简单的交通代步向娱乐休闲、健身、竞赛、极限运动等领域发展。从2020年我国自行车消费者拥有的车型来看，公路单车和山地单车已经取代了普通单车，成为用户主要拥有的车型。未来消费者对自行车车型、样式、功能等方面会产生差异化需求，个性化需求也将更高，自行车的细分趋势也将更加明显。（LQM）

《2021年中国自行车市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国自行车行业发展概述

第一节 自行车行业发展情况概述

- 一、自行车行业相关定义
- 二、自行车行业基本情况介绍
- 三、自行车行业发展特点分析
- 四、自行车行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、自行车行业需求主体分析

第二节 中国自行车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、自行车行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国自行车行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国自行车行业生命周期分析

- 一、自行车行业生命周期理论概述
- 二、自行车行业所属的生命周期分析

第四节 自行车行业经济指标分析

- 一、自行车行业的赢利性分析
- 二、自行车行业的经济周期分析
- 三、自行车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国自行车行业进入壁垒分析

- 一、自行车行业资金壁垒分析
- 二、自行车行业技术壁垒分析
- 三、自行车行业人才壁垒分析
- 四、自行车行业品牌壁垒分析

五、自行车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球自行车行业市场发展现状分析

第一节 全球自行车行业发展历程回顾

第二节 全球自行车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲自行车行业地区市场分析

一、亚洲自行车行业市场现状分析

二、亚洲自行车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲自行车行业市场前景分析

第四节 北美自行车行业地区市场分析

一、北美自行车行业市场现状分析

二、北美自行车行业市场规模与市场需求分析

三、北美自行车行业市场前景分析

第五节 欧洲自行车行业地区市场分析

一、欧洲自行车行业市场现状分析

二、欧洲自行车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲自行车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界自行车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球自行车行业市场规模预测

第三章 中国自行车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

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、全社会消费品自行车总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国自行车行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国自行车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国自行车行业运行情况

第一节 中国自行车行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国自行车行业市场规模分析

第三节 中国自行车行业供应情况分析

第四节 中国自行车行业需求情况分析

第五节 我国自行车行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国自行车行业供需平衡分析

第七节 中国自行车行业发展趋势分析

第五章 中国自行车所属行业运行数据监测

第一节 中国自行车所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国自行车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国自行车所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国自行车市场格局分析

第一节 中国自行车行业竞争现状分析

一、中国自行车行业竞争情况分析

二、中国自行车行业主要品牌分析

第二节 中国自行车行业集中度分析

一、中国自行车行业市场集中度影响因素分析

二、中国自行车行业市场集中度分析

第三节 中国自行车行业存在的问题

第四节 中国自行车行业解决问题的策略分析

第五节 中国自行车行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国自行车行业需求特点与动态分析

第一节 中国自行车行业消费市场动态情况

第二节 中国自行车行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 自行车行业成本结构分析

第四节 自行车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国自行车行业价格现状分析

第六节 中国自行车行业平均价格走势预测

一、中国自行车行业价格影响因素

二、中国自行车行业平均价格走势预测

三、中国自行车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国自行车行业区域市场现状分析

第一节 中国自行车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区自行车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区自行车市场规模分析

四、华东地区自行车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区自行车市场规模分析

四、华中地区自行车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区自行车市场规模分析

四、华南地区自行车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国自行车行业竞争情况

第一节 中国自行车行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国自行车行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国自行车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 自行车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国自行车行业发展前景分析与预测

第一节 中国自行车行业未来发展前景分析

一、自行车行业国内投资环境分析

二、中国自行车行业市场机会分析

三、中国自行车行业投资增速预测

第二节 中国自行车行业未来发展趋势预测

第三节 中国自行车行业市场发展预测

一、中国自行车行业市场规模预测

二、中国自行车行业市场规模增速预测

三、中国自行车行业产值规模预测

四、中国自行车行业产值增速预测

五、中国自行车行业供需情况预测

第四节 中国自行车行业盈利走势预测

一、中国自行车行业毛利润同比增速预测

二、中国自行车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国自行车行业投资风险与营销分析

第一节 自行车行业投资风险分析

一、自行车行业政策风险分析

二、自行车行业技术风险分析

三、自行车行业竞争风险分析

四、自行车行业其他风险分析

第二节 自行车行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国自行车行业发展战略及规划建议

第一节 中国自行车行业品牌战略分析

一、自行车企业品牌的重要性

二、自行车企业实施品牌战略的意义

三、自行车企业品牌的现状分析

四、自行车企业的品牌战略

五、自行车品牌战略管理的策略

第二节 中国自行车行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国自行车行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 自行车行业竞争力提升策略

一、自行车行业产品差异性策略

二、自行车行业个性化服务策略

三、自行车行业的促销宣传策略

四、自行车行业信息智能化策略

五、自行车行业品牌化建设策略

六、自行车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国自行车行业发展策略及投资建议

第一节 中国自行车行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国自行车行业营销渠道策略

一、自行车行业渠道选择策略

二、自行车行业营销策略

第三节 中国自行车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国自行车行业重点投资区域分析

二、中国自行车行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yunshushebei/541505541505.html>