

# 中国摩托车行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）

## 报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国摩托车行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202509/763154.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

### 一、中国摩托车产业发展迅速，海外市场增速明显

根据海关数据2024年中国摩托车出口达到了3676万辆，占到世界汽车世界摩托车总销量55%，其中燃油摩托车出口达到1450万辆，占到世界摩托总量的22%，电动摩托占到世界的33%。

2025年1-6月，我国摩托车整车出口量为879.88万辆，较去年同期增长32.71%，出口额为5.17亿美元，较去年同期增长35.89%。

资料来源：中国海关，观研天下数据中心整理

从出口量占比来看，我国已经是名副其实的摩托车出口大国，摩托车出口量占全球摩托车销量占比常年在40%以上，2021年出口比例已经达到63%，为近年来最高，之后两年出口数量有所下滑，占比降低，2024年出口重回升势，比例达到55%。出口市场结构方面，电动摩托车出口数量更多，这也和国内汽车电动化发展相辅相成，两者部分电气化技术通用，因此电动摩托车出口数量更多。

资料来源：中国海关，观研天下数据中心整理

### 二、中国摩托车行业竞争格局：春风、钱江、隆鑫通用（宗申）三足鼎立

中国摩托车行业在全球市场中占据重要地位，历经多年发展，已形成了多元化的竞争格局。近年来，国内摩托车企业不断提升技术水平与品牌影响力，其中春风动力、钱江摩托、隆鑫通用（被宗申收购）脱颖而出，成为行业发展的重要力量。

2005年以来，国内品牌逐步通过收购（钱江收购贝纳利）、技术合作（春风与KTM&雅马哈、隆鑫与宝马），以及加强自主研发等方式，不断缩小与外资的技术差距，并通过引进智能化生产线、强化供应链管理来提升产品质量，逐步缩小与国际大厂的差距。

近年来国内摩托车头部品牌收购合作案例

品牌

时间

合作案例

钱江

2005年

钱江全资收购意大利摩托车制造商贝纳利后陆续推出黄龙、金鹏和幼狮等车型

2009年

钱江与哈雷开展合作，目前已推出 X350、X500 两款街车

2020年

钱江与奥古斯塔达成战略合作，新车型赛 921 搭载奥古斯塔的直列四缸 921cc 水冷发动机

## 春风

2013年

春风与 KTM 达成战略合作，成为 KTM 中国独家代理商及 CKD 制造商，春风 800MT 搭载 KTM 并列双缸 790cc 水冷发动机

2023年

春风与雅马哈签署合作协议，共同成立“株洲春风雅马哈摩托车有限公司”

## 隆鑫

2005年

隆鑫与宝马合作量产 650cc 发动机，后续逐步代工 C400X 等车型DS900X 搭载宝马 F900 系列发动机

2019年

隆鑫与奥古斯塔签署长期战略合作协议，代工生产 800cc 三缸发动机，并且可以将该发动机用于无极品牌

资料来源：各公司官网，观研天下数据中心整理

国内摩托车产业正经历从逆向研发到自主创新的关键转型，早期通过模仿日系与欧系实现技术积累，产品以双缸中小排量为主；近几年国内头部企业持续加大技术研发，春风与钱江的研发费用率从2020年的5%左右提升至6~7%，多缸大排量发动机迎来井喷，如春风675、升仕700等三缸平台，春风500、隆鑫500/660、钱江400/600/800等四缸平台。这些多缸大排量平台一方面更契合海外市场需求，一方面也顺应了国内消费者升级换车趋势。

近年来国内多缸发动机摩托不断出现 品牌 缸数 排量CC 车型 上市时间 钱江 四缸 600 赛600/追600RS 20年9月 奔达 四缸 500 黑旗500 23年4月 凯越 四缸 450 450RR 23年5月 钱江 四缸 800 赛800/追800 23年9月 升仕 三缸 700 703F/703RR 24年4月 奔达 四缸 700 燎700 24年5月 春风 四缸 500 500SR 24年7月 春风 三缸 675 675SR/675NK 24年9月 无极 四缸 660 RR660S 24年9月 钱江 四缸 400 赛421 25年4月 无极 四缸 550 RR500S 25年7月

资料来源：各公司公告，观研天下数据中心整理

### 1、春风动力：聚焦高端与海外市场

春风动力精准聚焦运动、休闲领域，产品布局涵盖全地形车、中大排量摩托车、电动两轮车。其全地形车排量覆盖400CC-1000CC，品类丰富，为用户带来卓越越野体验；摩托车排量段从125CC至1250CC，覆盖街车、复古、旅行等细分市场，满足多元需求。旗舰车型CF650G和1250G作为国宾车队指定用车，彰显了其高端品质与强大性能，树立了品牌高端形象。

2024年公司推出150SC、675SR 等新品，完善摩托车产品体系，全年累计销售两轮车 28.65 万辆，实现销售收入 60.37 亿元，同比增长37.14%，高端化、全球化成效愈发显著。

国内市场以“保价格、稳市场”策略为支撑，通过精准的市场定位和有效的营销策略，实现两

轮内销 14.32 万台，销售收入 30.94 亿元，同比增长 44.44%，>200CC 跨骑摩托车销量登顶行业第一。渠道建设方面，推进渠道扁平化和均衡化，提升渠道覆盖能力和市场渗透力，全年新增渠道 81 家，累计超 600 家，夯实渠道根基；同时，优化“新媒体矩阵+数智营销”站等平台开展全域营销，多方位推广品牌，有效增强用户粘性，提升品牌市场渗透力。海外市场聚焦重点市场、重点产品高频开展全球营销，菲律宾全球发布会引爆市场声量；罗马尼亚、捷克、澳大利亚等区域经销商大会深化渠道运营；墨西哥举行“CF Lite”品牌及新品发布会，进一步强化了品牌矩阵，丰富了海外产品线，实现用户圈层全域覆盖。依托全球 2000+经销网络势能，全年两轮产品外销 14.33 万台，销售收入达 29.43 亿元，同比增长 30.22%，品牌渗透从玩乐领域向大众出行领域突破延伸，展现全球化战略的纵深发展潜力。

## 2、钱江摩托：性价比与多领域优势

公司拥有 Benelli、QJMOTOR、钱江等燃油车品牌，排量覆盖 50cc-1200cc，品类覆盖复古、街车、巡航、旅行、仿赛、越野等，丰富的产品满足用户出行、运动、竞技、休闲、娱乐等多样性需求。2024 年共销售车辆 47.99 万辆，同比增长 13.43%，其中，燃油摩托车销售约 44.54 万辆，总量同比增长 13.5%，大排量摩托车(排量 > 250cc)销售约 18.20 万辆，同比增长 32.25%；小排量摩托车(排量 ≤ 250cc)销售约 26.34 万辆，同比增长约 4.65%。2024 年公司出口燃油车 23.36 万辆，同比增长 22.36%，大排量摩托车销售 6.54 万辆，同比增长 28.52%。

钱江摩托以产品质量佳、价格亲民著称。制造工艺严格，选材考究，提升了车辆耐用性。价格定位面向普通大众，例如钱江150摩托车，在同价位中排量更具优势；钱江TAN125踏板车在6000元左右入门级市场，凭借亲民价格、领先动力和低油耗，深受消费者青睐。

## 3、隆鑫通用：技术、品牌与规模优势

隆鑫通用依托“平台技术中心+事业部工程研究院”双轮驱动，拥有1500余名研发人员，高级技术人员占比超20%。截至目前，在46个国家获得专利授权6745件，多项核心技术达国际或行业领先水平。2025年1季度，其摩托车出口量接近40万辆，位居全国榜首，显示出技术驱动下的强大市场竞争力。

隆鑫通用打造三大自主品牌，建立完善的终端分销与线下服务体系，销售网络覆盖五大洲100多个国家和地区，经销商超2000家。2024年，公司营业收入超168亿元，摩托车业务销售收入超126亿元，年产销规模超180万台，出口规模连续19年位居行业榜首，全球化战略成效显著。

总结：

春风动力、钱江摩托、隆鑫通用在产品、技术、市场等方面各具优势，共同推动中国摩托车行业发展。未来，随着消费升级、技术进步与全球化深入，中国摩托车企业需持续创新，提升品牌形象与技术水平，拓展国内外市场，以在激烈的竞争格局中取得更大突破。行业集中

度有望进一步提升，产品结构将更加优化，电动化、智能化将成为重要发展方向，中国摩托车行业将迎来新的发展机遇与挑战。（fsw）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国摩托车行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》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，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。行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

## 【第一部分 行业定义与监管】

### 第一章 2020-2024年中国摩托车行业发展概述

#### 第一节 摩托车行业发展情况概述

##### 一、摩托车行业相关定义

##### 二、摩托车特点分析

##### 三、摩托车行业基本情况介绍

##### 四、摩托车行业经营模式

###### （1）生产模式

###### （2）采购模式

###### （3）销售/服务模式

##### 五、摩托车行业需求主体分析

## 第二节 中国摩托车行业生命周期分析

- 一、摩托车行业生命周期理论概述
- 二、摩托车行业所属的生命周期分析

## 第三节 摩托车行业经济指标分析

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

## 第二章 中国摩托车行业监管分析

### 第一节 中国摩托车行业监管制度分析

- 一、行业主要监管体制
- 二、行业准入制度

### 第二节 中国摩托车行业政策法规

- 一、行业主要政策法规
- 二、主要行业标准分析

### 第三节 国内监管与政策对摩托车行业的影响分析

## 【第二部分 行业环境与全球市场】

## 第三章 2020-2024年中国摩托车行业发展环境分析

### 第一节 中国宏观环境与对摩托车行业的影响分析

- 一、中国宏观经济环境
- 二、中国宏观经济环境对摩托车行业的影响分析

### 第二节 中国社会环境与对摩托车行业的影响分析

### 第三节 中国对外贸易环境与对摩托车行业的影响分析

### 第四节 中国摩托车行业投资环境分析

### 第五节 中国摩托车行业技术环境分析

### 第六节 中国摩托车行业进入壁垒分析

- 一、摩托车行业资金壁垒分析
- 二、摩托车行业技术壁垒分析
- 三、摩托车行业人才壁垒分析
- 四、摩托车行业品牌壁垒分析
- 五、摩托车行业其他壁垒分析

### 第七节 中国摩托车行业风险分析

- 一、摩托车行业宏观环境风险
- 二、摩托车行业技术风险

三、摩托车行业竞争风险

四、摩托车行业其他风险

## 第四章 2020-2024年全球摩托车行业发展现状分析

第一节 全球摩托车行业发展历程回顾

第二节 全球摩托车行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲摩托车行业地区市场分析

一、亚洲摩托车行业市场现状分析

二、亚洲摩托车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲摩托车行业市场前景分析

第四节 北美摩托车行业地区市场分析

一、北美摩托车行业市场现状分析

二、北美摩托车行业市场规模与市场需求分析

三、北美摩托车行业市场前景分析

第五节 欧洲摩托车行业地区市场分析

一、欧洲摩托车行业市场现状分析

二、欧洲摩托车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲摩托车行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球摩托车行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球摩托车行业市场规模预测

### 【第三部分 国内现状与企业案例】

## 第五章 中国摩托车行业运行情况

第一节 中国摩托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 中国摩托车行业市场规模分析

一、影响中国摩托车行业市场规模的因素

二、中国摩托车行业市场规模

三、中国摩托车行业市场规模解析

第三节 中国摩托车行业供应情况分析

一、中国摩托车行业供应规模

二、中国摩托车行业供应特点

第四节 中国摩托车行业需求情况分析

## 一、中国摩托车行业需求规模

## 二、中国摩托车行业需求特点

### 第五节 中国摩托车行业供需平衡分析

### 第六节 中国摩托车行业存在的问题与解决策略分析

## 第六章 中国摩托车行业产业链及细分市场分析

### 第一节 中国摩托车行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、摩托车行业产业链图解

### 第二节 中国摩托车行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对摩托车行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对摩托车行业的影响分析

### 第三节 中国摩托车行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第七章 2020-2024年中国摩托车行业市场竞争分析

### 第一节 中国摩托车行业竞争现状分析

#### 一、中国摩托车行业竞争格局分析

#### 二、中国摩托车行业主要品牌分析

### 第二节 中国摩托车行业集中度分析

#### 一、中国摩托车行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国摩托车行业市场集中度分析

### 第三节 中国摩托车行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征

#### 三、企业所有制分布特征

## 第八章 2020-2024年中国摩托车行业模型分析

### 第一节 中国摩托车行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、波特五力模型原理

#### 二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国摩托车行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国摩托车行业SWOT分析结论

第三节 中国摩托车行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国摩托车行业需求特点与动态分析

第一节 中国摩托车行业市场动态情况

第二节 中国摩托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 摩托车行业成本结构分析

第四节 摩托车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国摩托车行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国摩托车行业价格影响因素与走势预测

## 第十章 中国摩托车行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国摩托车行业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 中国摩托车行业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 中国摩托车行业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

## 第十一章 2020-2024年中国摩托车行业区域市场现状分析

### 第一节 中国摩托车行业区域市场规模分析

#### 一、影响摩托车行业区域市场分布的因素

#### 二、中国摩托车行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区摩托车行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区摩托车行业市场分析

##### (1) 华东地区摩托车行业市场规模

##### (2) 华东地区摩托车行业市场现状

##### (3) 华东地区摩托车行业市场规模预测

### 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、华中地区摩托车行业市场分析

##### (1) 华中地区摩托车行业市场规模

##### (2) 华中地区摩托车行业市场现状

##### (3) 华中地区摩托车行业市场规模预测

### 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、华南地区摩托车行业市场分析

#### (1) 华南地区摩托车行业市场规模

#### (2) 华南地区摩托车行业市场现状

#### (3) 华南地区摩托车行业市场规模预测

## 第五节 华北地区摩托车行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区摩托车行业市场分析

#### (1) 华北地区摩托车行业市场规模

#### (2) 华北地区摩托车行业市场现状

#### (3) 华北地区摩托车行业市场规模预测

## 第六节 东北地区市场分析

### 一、东北地区概述

### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区摩托车行业市场分析

#### (1) 东北地区摩托车行业市场规模

#### (2) 东北地区摩托车行业市场现状

#### (3) 东北地区摩托车行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

### 一、西南地区概述

### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区摩托车行业市场分析

#### (1) 西南地区摩托车行业市场规模

#### (2) 西南地区摩托车行业市场现状

#### (3) 西南地区摩托车行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

### 一、西北地区概述

### 二、西北地区经济环境分析

### 三、西北地区摩托车行业市场分析

#### (1) 西北地区摩托车行业市场规模

#### (2) 西北地区摩托车行业市场现状

#### (3) 西北地区摩托车行业市场规模预测

## 第九节 2025-2032年中国摩托车行业市场规模区域分布预测

## 第十二章 摩托车行业企业分析（随数据更新可能有调整）

### 第一节 企业一

#### 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、公司优势分析

### 第二节 企业二

#### 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、公司优势分析

### 第三节 企业三

#### 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、公司优势分析

### 第四节 企业四

#### 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、公司优势分析

#### 第五节 企业五

##### 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、公司优势分析

#### 第六节 企业六

##### 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、公司优势分析

#### 第七节 企业七

##### 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、公司优势分析

第八节 企业八

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、公司优势分析

第九节 企业九

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、公司优势分析

第十节 企业十

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、公司优势分析

**【第四部分 展望、结论与建议】**

第十三章 2025-2032年中国摩托车行业发展前景分析与预测

## 第一节 中国摩托车行业未来发展前景分析

### 一、中国摩托车行业市场机会分析

### 二、中国摩托车行业投资增速预测

## 第二节 中国摩托车行业未来发展趋势预测

## 第三节 中国摩托车行业规模发展预测

### 一、中国摩托车行业市场规模预测

### 二、中国摩托车行业市场规模增速预测

### 三、中国摩托车行业产值规模预测

### 四、中国摩托车行业产值增速预测

### 五、中国摩托车行业供需情况预测

## 第四节 中国摩托车行业盈利走势预测

## 第十四章 中国摩托车行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国摩托车行业研究综述

#### 一、行业投资价值

#### 二、行业风险评估

### 第二节 中国摩托车行业进入策略分析

#### 一、目标客户群体

#### 二、细分市场选择

#### 三、区域市场的选择

### 第三节 摩托车行业品牌营销策略分析

#### 一、摩托车行业产品策略

#### 二、摩托车行业定价策略

#### 三、摩托车行业渠道策略

#### 四、摩托车行业推广策略

### 第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202509/763154.html>