

中国全地形车行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2026-2033年）

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《中国全地形车行业发展现状分析与投资前景研究报告（2026-2033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/202609/817295.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

前言：

我国全地形车行业具备显著外向型特征，海外市场是行业增长核心基本盘。目前行业处于销量扩张与产品升级的双重上行周期，依托高端产品迭代、海外渠道持续扩容，出口量价齐升，整体景气度持续走高。同时，出口格局不断优化，欧洲、墨西哥、加拿大等市场快速增长，有效对冲美国市场波动风险，行业发展韧性凸显。尽管如此，但市场增长质量仍有短板，成本上行、汇兑波动、研发投入增加及企业盈利分化等问题，制约企业营收增长向净利润有效传导。

一、我国全地形车产品呈现显著外向型特征，外销占比长期保持在95%以上

全地形车（All-Terrain Vehicle，ATV）又称“沙滩车”、“全地形四轮越野机车”，是一种设计用于各种地形条件下，包括泥地、沙地、山地和其他非铺装地面的车辆。全地形车通常具备以下特点：轮胎宽大且有深纹路，能提供良好的抓地力；悬挂系统较强，可适应复杂地形带来的颠簸；车身结构坚固，能承受一定程度的碰撞和冲击；动力输出较大，以满足不同路况下的行驶需求。

自2011年起，我国依托摩托车、汽车配套成熟供应链体系及显著的成本优势，全地形车行业快速崛起，产能规模持续攀升，现已成为全球核心的全地形车生产基地。2024年我国全地形车产量约为55.21万辆。从产业布局来看，行业呈现多点集群分布的特点，核心产能集中于浙江、重庆、江苏、山东四大省市，同时广东、福建、湖南及四川资阳等西南地区持续加码布局，产业版图不断扩张。

从销售结构来看，我国全地形车行业具备极致外向型特征，海外市场是行业核心增长基本盘。2018-2024年行业外销占比持续稳定在95%以上的高位，2020-2021年更是攀升至99%的峰值，国内市场销售占比仅维持在1%-5%的小幅区间波动。整体来看，我国全地形车海外市场成熟度极高，但国内消费市场尚未打开，内销增长潜力巨大，有待进一步挖掘释放。

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、量价双升，我国全地形车行业出口景气度持续走高

2025年以来，我国全地形车行业出口迎来高景气周期，呈现销量、金额、单价三重上涨的良好态势，行业整体出口竞争力持续提升。

从出口数量来看，行业规模保持高速扩张，2025年我国全地形车出口总量达101.93万辆，同比大幅增长55.85%；2026年前7个月，出口延续增长势头，累计出口76.87万辆，同比增速达45.25%。

从出口金额来看，增长态势更为亮眼，2025年全地形车出口金额为13.87亿美元，同比增长55.82%；2026年前7个月出口金额已突破14.25亿美元，远超2025年全年总额，同比大增89.33%。

从出口单价来看，产品溢价能力显著提升。2026年1-7月，全地形车平均出口单价从上年同期的1422.47美元/辆升至1854.21美元/辆，同比大幅增长30.35%。

资料来源：第一创业研究所

数据来源：公开数据，观研天下整理

分析认为，我国全地形车出口量价齐升，主要得益于产品升级叠加海外渠道扩容的双重赋能。

一方面，高端车型进入批量销售阶段，带动单车收入提高。例如春风动力 2026年上半年实现旗舰车型Z10批量交付，进入北美高端价格区间；U10PRO、Z10-4等高端车型销售占比提高，拉动整体产品均价上行。同时，Z10-4、C4、C5、G5等新品覆盖家用代步、专业作业和户外探险等用途，进一步扩大产品覆盖范围。隆鑫通用同期推出XWolf1000 电子油门版本和 UWolf1000等车型，围绕操控稳定性、重载运输和作业续航完善产品性能。

头部企业产品升级成效直观体现在经营数据上。2026年上半年，春风动力全地形车销量从上年同期10.18万台增至13.11万台，同比增长28.78%；平均单车收入由4.65万元提升至5.45万元，同比增长17.29%，最终带动相关业务营收同比增长51.05%。

另一方面，海外渠道持续铺开，多市场协同发力。例如春风动力 2025 年全年新增全地形车销售渠道298家，渠道总量超过3100家；2026年上半年，亚太、拉美等市场继续增加经销商，订单规模同步扩大。欧洲市场通过 CFMOTO 与 GOES 双品牌运营 覆盖不同产品定位和客户群体；北美市场则重点增加高端车型销售。不同市场分别通过渠道扩张和车型升级扩大收入，使企业增长同时获得销售覆盖面扩大与产品结构改善的支持。

三、我国全地形车出口区域结构持续优化，目前呈现多市场同步发力、对冲单一市场疲软的良好格局

从出口区域结构来看，当前我国全地形车出口呈现多市场同步发力、对冲单一市场疲软的良好格局，出口区域结构持续优化，行业抗风险能力显著增强。

数据显示，2026年前7个月，我国对欧洲15国出口21.03万辆，同比增长23.85%，出口金额34.31亿元，同比增长25.46%，增量主要依靠销量增长；对墨西哥、加拿大市场增长最为迅猛，其中墨西哥出口金额同比增长107.20%至17.76亿元，加拿大出口金额同比增长76.66%至9.20亿元，两大市场均实现量价齐升。

反观美国市场，当期出口表现相对偏弱，2026年前7个月对美出口数量基本持平，但出口金额同比下降14.69%。不过欧洲、墨西哥、加拿大三大核心市场出口金额合计新增20.14亿元，远超美国市场1.83亿元的降幅，完全对冲单一市场的下滑影响，行业出口增长韧性凸显。

数据来源：公开数据，观研天下整理

四、主流全地形车厂商营收实现同步高增，盈利分化特征显著

依托出口高景气行情，国内主流全地形车厂商营收实现同步高增。2026年上半年，春风动力全地形车销量13.11万台，营收71.46亿元，同比增长51.05%；隆鑫通用相关业务营收5.72亿元，同比翻倍增长（109.39%）；九号公司营收7.10亿元，同比增长31.90%，三大核心厂商营收增速均超30%，增长态势覆盖行业头部企业。同时，细分赛道企业同步受益，林海股份特种车辆海外收入3.68亿元，同比增长63.37%；涛涛车业动力运动产品收入5.32亿元，同比增长8.62%，行业整体销售扩张具备广泛基础。

数据来源：公司财报，观研天下整理

随着产品结构优化、高端产品占比提升，部分企业实现毛利率与毛利规模双重改善。2026年上半年，九号公司全地形车业务毛利率从25.86%提升至27.10%，毛利规模同比增长38.20%，增速显著高于营收增速，业务盈利贡献持续增强；涛涛车业动力运动产品毛利率提升1.19个百分点至31.90%，营业成本增速低于营收增速，实现营收、毛利率双向改善。

数据来源：公司财报，观研天下整理

与此同时，部分企业销售扩张并未完全转化为净利润增长。出现“增收不增利”现象，盈利分化特征显著。以春风动力为例，2026年上半年公司营收同比增长35.82%，但归母净利润仅增长6.26%，综合毛利率回落1.12个百分点至27.26%。核心原因在于三大压力：一是营业成本增速高于营收增速，稀释盈利空间；二是汇兑损失大幅增加，当期汇兑损失达2.56亿元，推高财务费用；三是研发投入持续加码，研发费用同比增长43.24%，财务与研发费用合计增量抵消超五成新增毛利。

此外，部分企业多元业务盈利分化，进一步拖累整体利润。例如九号公司2026年上半年全地形车毛利增加0.53亿元，但电动两轮车业务毛利率由上年同期的23.71%降至17.18%，毛利则由上年同期的16.17亿元降至12.88亿元，减少3.30亿元，降幅明显超过全地形车业务的毛利增量。同期，公司整体归母净利润为10.08亿元，同比下降18.79%。（WW）

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。

· 关于行业报告

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的必备工具，本报告是全面了解本行业、制定正确竞争战略和投资决策的重要依据。

· 报告内容涵盖

观研报告网发布的《中国全地形车行业发展现状分析与投资前景研究报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，帮助业内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。

· 报告数据来源

报告数据来源包括：国家统计局、海关总署等国家统计局部门；行业协会、研究院所等业内权威机构；各方合作数据库以及观研天下自有的数据中心；以及对业内专家访谈调研的一手数据信息等。

我们的数据已被官方媒体、证券机构、上市公司、高校部门等多方认可并广泛引用。（如需数据引用案例请联系观研天下客服索取）

报告主要图表介绍

图（部分）

表（部分）

2021-2025年行业市场规模

行业相关政策

2021-2025年行业产量

行业相关标准

2021-2025年行业销量

PEST模型分析结论

2025年行业成本结构情况

行业所属行业企业数量分析

2021-2025年行业平均价格走势

行业所属行业资产规模分析

2021-2025年行业毛利率走势

行业所属行业流动资产分析

2021-2025年行业细分市场1市场规模

行业所属行业销售规模分析

2026-2033年行业细分市场1市场规模及增速预测

行业所属行业负债规模分析

2021-2025年行业细分市场2市场规模

行业所属行业利润规模分析

2026-2033年行业细分市场2市场规模及增速预测

所属行业产值分析

2021-2025年全球行业市场规模

所属行业盈利能力分析

2025年全球行业区域市场规模分布

所属行业偿债能力分析

2021-2025年亚洲行业市场规模

所属行业营运能力分析

2026-2033年亚洲行业市场规模预测

所属行业发展能力分析

2021-2025年北美行业市场规模

企业1营业收入构成情况

2026-2033年北美行业市场规模预测

企业1主要经济指标分析

2021-2025年欧洲行业市场规模

企业1盈利能力分析

2026-2033年欧洲行业市场规模预测

企业1偿债能力分析

2026-2033年全球行业市场规模分布预测

企业1运营能力分析

2026-2033年全球行业市场规模预测

企业1成长能力分析

2025年行业区域市场规模占比

企业2营业收入构成情况

2021-2025年华东地区行业市场规模

企业2主要经济指标分析

2026-2033年华东地区行业市场规模预测

企业2盈利能力分析

2021-2025年华中地区行业市场规模

企业2偿债能力分析

2026-2033年华中地区行业市场规模预测

企业2运营能力分析

2021-2025年华南地区行业市场规模

企业2成长能力分析

2026-2033年华南地区行业市场规模预测

企业3营业收入构成情况

2021-2025年华北地区行业市场规模

企业3主要经济指标分析

2026-2033年华北地区行业市场规模预测

企业3盈利能力分析

2021-2025年东北地区行业市场规模

企业3偿债能力分析

2026-2033年东北地区行业市场规模预测

企业3运营能力分析

2021-2025年西南地区行业市场规模

企业3成长能力分析

2026-2033年西南地区行业市场规模预测

企业4营业收入构成情况

2021-2025年西北地区行业市场规模

企业4主要经济指标分析

2026-2033年西北地区行业市场规模预测

企业4盈利能力分析

2026-2033年行业市场分布预测

企业4偿债能力分析

2026-2033年行业投资增速预测

企业4运营能力分析

2026-2033年行业市场规模及增速预测

企业4成长能力分析

2026-2033年行业产值规模及增速预测

企业5营业收入构成情况

2026-2033年行业成本走势预测

企业5主要经济指标分析

2026-2033年行业平均价格走势预测

企业5盈利能力分析

2026-2033年行业毛利率走势

企业5偿债能力分析

行业所属生命周期

企业5运营能力分析

行业SWOT分析

企业5成长能力分析

行业产业链图

企业6营业收入构成情况

.....

.....

图表数量合计

130+

· 关于我们

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以及十四年的数据累积资源，研究领域覆盖到各大小细分行业，已经为上万家企业单位、政府部门、咨询机构、金融机构、行业协会、高等院校、行业投资者等提供了专业的报告及定制报告，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 行业基本情况与监管】

第一章 全地形车 行业基本情况介绍

第一节 全地形车 行业发展情况概述

一、全地形车 行业相关定义

二、全地形车 特点分析

三、全地形车 行业供需主体介绍

四、全地形车 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国全地形车 行业发展历程

第三节 中国全地形车行业经济地位分析

第二章 中国全地形车 行业监管分析

第一节 中国全地形车 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 中国全地形车 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 国内监管与政策对全地形车 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章中国全地形车 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国全地形车 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、 经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国全地形车 行业环境分析结论

第四章 全球全地形车 行业发展现状分析

第一节 全球全地形车 行业发展历程回顾

第二节 全球全地形车 行业规模分布

一、2021-2025年全球全地形车 行业规模

二、全球全地形车 行业市场区域分布

第三节 亚洲全地形车 行业地区市场分析

一、亚洲全地形车 行业市场现状分析

二、2021-2025年亚洲全地形车 行业市场规模与需求分析

三、亚洲全地形车 行业市场前景分析

第四节 北美全地形车 行业地区市场分析

一、北美全地形车 行业市场现状分析

二、2021-2025年北美全地形车 行业市场规模与需求分析

三、北美全地形车 行业市场前景分析

第五节 欧洲全地形车 行业地区市场分析

一、欧洲全地形车 行业市场现状分析

二、2021-2025年欧洲全地形车 行业市场规模与需求分析

三、欧洲全地形车 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球全地形车 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球全地形车 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国全地形车 行业运行情况

第一节 中国全地形车 行业发展介绍

一、全地形车行业发展特点分析

二、全地形车行业技术现状与创新情况分析

第二节 中国全地形车 行业市场规模分析

一、影响中国全地形车 行业市场规模的因素

二、2021-2025年中国全地形车 行业市场规模

三、中国全地形车行业市场规模数据解读

第三节 中国全地形车 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国全地形车 行业供应规模

二、中国全地形车 行业供应特点

第四节 中国全地形车 行业需求情况分析

一、2021-2025年中国全地形车 行业需求规模

二、中国全地形车 行业需求特点

第五节 中国全地形车 行业供需平衡分析

第六章 中国全地形车 行业经济指标与需求特点分析

第一节 中国全地形车 行业市场动态情况

第二节 全地形车 行业成本与价格分析

一、全地形车行业价格影响因素分析

二、全地形车行业成本结构分析

三、2021-2025年中国全地形车 行业价格现状分析

第三节 全地形车 行业盈利能力分析

一、全地形车 行业的盈利性分析

二、全地形车 行业附加值的提升空间分析

第四节 中国全地形车 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

第五节 中国全地形车 行业的经济周期分析

第七章 中国全地形车 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国全地形车 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、全地形车 行业产业链图解

第二节 中国全地形车 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对全地形车 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对全地形车 行业的影响分析

第三节 中国全地形车 行业细分市场分析

一、中国全地形车 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1、2021-2025年市场规模与现状分析

2、2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1、2021-2025年市场规模与现状分析

2、2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 中国全地形车 行业市场竞争分析

第一节 中国全地形车 行业竞争现状分析

一、中国全地形车 行业竞争格局分析

二、中国全地形车 行业主要品牌分析

第二节 中国全地形车 行业集中度分析

一、中国全地形车 行业市场集中度影响因素分析

二、中国全地形车 行业市场集中度分析

第三节 中国全地形车 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

第四节 中国全地形车 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

第九章 中国全地形车 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国全地形车 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 中国全地形车 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 中国全地形车 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

第十章 中国全地形车 行业区域市场现状分析

第一节 中国全地形车 行业区域市场规模分析

一、影响全地形车 行业区域市场分布的因素

二、中国全地形车 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区全地形车 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、华东地区全地形车 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区全地形车 行业市场规模

2、华东地区全地形车 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区全地形车 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、华中地区全地形车 行业市场分析

- 1、2021-2025年华中地区全地形车 行业市场规模
- 2、华中地区全地形车 行业市场现状
- 3、2026-2033年华中地区全地形车 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、华南地区全地形车 行业市场分析
 - 1、2021-2025年华南地区全地形车 行业市场规模
 - 2、华南地区全地形车 行业市场现状
 - 3、2026-2033年华南地区全地形车 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区全地形车 行业市场分析
 - 1、2021-2025年华北地区全地形车 行业市场规模
 - 2、华北地区全地形车 行业市场现状
 - 3、2026-2033年华北地区全地形车 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、东北地区全地形车 行业市场分析
 - 1、2021-2025年东北地区全地形车 行业市场规模
 - 2、东北地区全地形车 行业市场现状
 - 3、2026-2033年东北地区全地形车 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、西南地区全地形车 行业市场分析
 - 1、2021-2025年西南地区全地形车 行业市场规模
 - 2、西南地区全地形车 行业市场现状
 - 3、2026-2033年西南地区全地形车 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、西北地区全地形车 行业市场分析

- 1、2021-2025年西北地区全地形车 行业市场规模
- 2、西北地区全地形车 行业市场现状
- 3、2026-2033年西北地区全地形车 行业市场规模预测
- 第九节 2026-2033年中国全地形车 行业市场规模区域分布预测

第十一章 全地形车 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

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2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国全地形车 行业发展前景分析与预测

第一节 中国全地形车 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国全地形车 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国全地形车 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国全地形车 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国全地形车 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国全地形车 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国全地形车 行业成本与价格预测

- 一、2026-2033年中国全地形车 行业成本走势预测
- 二、2026-2033年中国全地形车 行业价格走势预测
- 第五节 2026-2033年中国全地形车 行业盈利走势预测
- 第六节 2026-2033年中国全地形车 行业需求偏好预测

第十三章 中国全地形车 行业研究总结

- 第一节 观研天下中国全地形车 行业投资机会分析
 - 一、未来全地形车 行业国内市场机会
 - 二、未来全地形车行业海外市场机会
- 第二节 中国全地形车 行业生命周期分析
- 第三节 中国全地形车 行业SWOT分析
 - 一、SWOT模型概述
 - 二、行业优势
 - 三、行业劣势
 - 四、行业机会
 - 五、行业威胁
- 六、中国全地形车 行业SWOT分析结论
- 第四节 中国全地形车 行业进入壁垒与应对策略
- 第五节 中国全地形车 行业存在的问题与解决策略
- 第六节 观研天下中国全地形车 行业投资价值结论

第十四章 中国全地形车 行业风险及投资策略建议

- 第一节 中国全地形车 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
- 第二节 中国全地形车 行业风险分析
 - 一、全地形车 行业宏观环境风险
 - 二、全地形车 行业技术风险
 - 三、全地形车 行业竞争风险
 - 四、全地形车 行业其他风险
 - 五、全地形车 行业风险应对策略
- 第三节 全地形车 行业品牌营销策略分析
 - 一、全地形车 行业产品策略
 - 二、全地形车 行业定价策略

三、全地形车 行业渠道策略

四、全地形车 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/202609/817295.html>