

2026-2032年中国摩托车产业 产销市场竞争格局与投资机会研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2026-2032年中国摩托车产业产销市场竞争格局与投资机会研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/L316187DE7.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-05-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 《2026-2032年中国摩托车产业产销市场竞争格局与投资机会研究报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国摩托车产业产销市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章摩托车行业相关概述第一节 行业定义及分类一、摩托车定义二、摩托车分类情况三、摩托车行业专业术语说明第二节 摩托车行业产品/服务特点第三节 摩托车行业经营模式分析一、生产模式二、采购模式三、销售模式第四节 摩托车行业进入壁垒分析一、生产准入壁垒二、技术与研发壁垒三、出口认证壁垒第五节 本报告数据来源及统计标准说明一、本报告权威数据来源二、本报告研究方法及统计标准说明第二章全球摩托车行业产销态势第一节 经济环境及产业影响剖析第二节 技术环境及产业影响剖析一、摩托车技术分析二、摩托车技术发展趋势三、技术环境对摩托车行业的影响第三节 政策环境及产业影响剖析第四节 全球摩托车行业供给端分析一、2019-2025年全球摩托车产量分析全球电动摩托车区域市场格局三、全球电动摩托车企业发展格局第五节 全球摩托车产业需求端分析一、2019-2025年全球摩托车销量分析二、2019-2025年全球摩托车市场规模分析第六节 全球摩托车进出口情况一、2019-2025年全球摩托车出口数量分析二、2019-2025年全球摩托车出口金额分析三、全球摩托车出口区域分析四、2019-2025年全球摩托车进口数量分析五、2019-2025年全球摩托车进口金额分析六、全球摩托车进口区域分析第三章全球重点区域摩托车产业态势分析第一节 欧洲摩托车市场分析一、欧洲摩托车行业发展概况二、欧洲主要国家摩托车登记注册情况1、2019-2025年法国摩托车登记注册量2、2019-2025年德国摩托车登记注册量3、2019-2025年意大利摩托车登记注册量4、2019-2025年西班牙摩托车登记注册量5、2019-2025年英国摩托车登记注册量三、欧洲轻便摩托车市场分析1、2019-2025年比利时轻便摩托车登记注册量2、2019-2025年法国轻便摩托车登记注册量3、2019-2025年德国轻便摩托车登记注册量4、2019-2025年意大利轻便摩托车登记注册量5、2019-2025年荷兰轻便摩托车登记注册量6、2019-2025年西班牙轻便摩托车登记注册量四、欧洲电动摩托车市场分析1、2019-2025年法国电动摩托车登记注册量2、2019-2025年德国电动摩托车登记注册量3、2019-2025年意大利电动摩托车登记注册量4、2019-2025年西班牙电动摩托车登记注册量5、2019-2025年英国电动摩托车登记注册量五、欧洲摩托车进出口分析1、2019-2025年欧盟摩托车进口数量2、2019-2025年欧盟摩托车进口金额3、2025年欧盟摩托车进口来源地分布4、2019-2025年欧盟摩托车出口数量5、2019-2025年欧盟摩托车出口金额6、2025年欧盟摩托车出口目的地分布第二节 美国摩托车市场分析一、美国摩托车行业发展概况二、美国摩托车市场竞争格局三、2019-2025年美国

摩托车销量情况四、美国摩托车进出口分析1、2019-2025年美国摩托车进口数量2、2019-2025年美国摩托车进口金额3、2025年美国摩托车进口来源地分布4、2019-2025年美国摩托车出口数量5、2019-2025年美国摩托车出口金额6、2025年美国摩托车出口目的地分布

第三节 日本摩托车市场分析

一、日本摩托车行业发展概况二、日本摩托车保有量分析1、2019-2025年日本摩托车保有量2、2019-2025年日本50cc以下摩托车保有量3、2019-2025年日本51-125cc摩托车保有量4、2019-2025年日本126-250cc摩托车保有量5、2019-2025年日本251cc以上摩托车保有量三、日本摩托车产量分析1、2019-2025年日本摩托车产量2、2019-2025年日本50cc以下摩托车产量3、2019-2025年日本51-125cc摩托车产量4、2019-2025年日本126-250cc摩托车产量5、2019-2025年日本251cc以上摩托车产量四、日本摩托车销量分析1、2019-2025年日本摩托车销量2、2019-2025年日本50cc以下摩托车销量3、2019-2025年日本51-125cc摩托车销量4、2019-2025年日本126-250cc摩托车销量5、2019-2025年日本251cc以上摩托车销量五、日本摩托车出口分析1、2019-2025年日本摩托车出口数量2、2019-2025年日本50cc以下摩托车出口数量3、2019-2025年日本51-125cc摩托车出口数量4、2019-2025年日本126-250cc摩托车出口数量5、2019-2025年日本251cc以上摩托车出口数量6、2025年日本摩托车出口目的地分布

第四节 泰国摩托车市场分析

一、泰国摩托车行业发展概况二、泰国摩托车行业供给情况1、2019-2025年泰国摩托车产量2、泰国通勤摩托车市场分析（1）2019-2025年泰国通勤摩托车产量（2）2019-2025年泰国家用摩托车产量（3）2019-2025年泰国踏板车产量3、泰国运动摩托车市场分析（1）2019-2025年泰国运动摩托车产量（2）2019-2025年泰国150cc以下运动摩托车产量（3）2019-2025年泰国150-399cc运动摩托车产量（4）2019-2025年泰国400cc及以上运动摩托车产量三、泰国摩托车国内销量情况1、2019-2025年泰国摩托车国内销量2、2019-2025年泰国51-110cc摩托车销量3、2019-2025年泰国111-125cc摩托车销量4、2019-2025年泰国116-250cc摩托车销量5、2019-2025年泰国251-399cc摩托车销量6、2019-2025年泰国400cc及以上摩托车销量四、泰国摩托车进出口分析1、2019-2025年泰国摩托车出口金额2、2019-2025年泰国摩托车整车和散件组装出口金额3、2019-2025年泰国摩托车整车出口数量

第五节 越南摩托车市场分析

一、越南摩托车行业发展概况二、越南摩托车市场主要企业概况三、2019-2025年越南摩托车销量情况四、越南摩托车进出口分析1、2019-2025年越南摩托车进口数量2、2019-2025年越南摩托车进口金额3、2025年越南摩托车进口来源地分布4、2019-2025年越南摩托车出口数量5、2019-2025年越南摩托车出口金额6、2025年越南摩托车出口目的地分布

第六节 印度尼西亚摩托车市场分析

一、印度尼西亚摩托车行业发展概况二、2019-2025年印度尼西亚摩托车国内销量情况三、印度尼西亚摩托车出口分析1、2019-2025年印度尼西亚摩托车整车出口情况2、2019-2025年印度尼西亚摩托车散件出口情况3、2019-2025年印度尼西亚摩托车零部件出口情况

第四章 国内摩托车产业发展态势

第一节 中国摩托车工业发展历程

第二节 中国摩托车生产情况

一、中国摩托车

产量分析1、摩托车总产量分析2、燃油摩托车产量分析3、电动摩托车产量分析二、中国摩托车产量分企业统计1、摩托车总产量分企业分析2、燃油摩托车产量分企业分析3、电动摩托车产量分企业分析

第三节 中国摩托车销售情况一、中国摩托车销量分析1、摩托车总销量分析2、燃油摩托车销量分析3、电动摩托车销量分析二、中国摩托车销量分企业统计1、摩托车总销量分企业分析2、燃油摩托车销量分企业分析3、电动摩托车销量分企业分析

第四节 中国摩托车价格情况一、中国摩托车出厂价格走势分析二、燃油摩托车出厂价格走势分析三、电动摩托车出厂价格走势分析

第五节 中国摩托车市场规模分析一、中国摩托车出厂规模分析二、燃油摩托车出厂规模分析三、电动摩托车出厂规模分析

第六节 我国摩托车产业存在的主要问题一、技术创新体系薄弱，核心竞争力不足二、市场结构与竞争秩序失衡，发展韧性不足

第七节 我国摩托车产业高质量发展对策一、强化创新驱动，构建自主可控技术体系二、优化市场与产业生态，提升可持续发展能力

第五章 国内摩托车细分产业产销态势

第一节 摩托车行业细分市场概况一、市场细分充分程度二、市场细分发展趋势三、市场细分战略研究四、细分市场结构分析

第二节 二轮摩托车生产情况一、二轮摩托车生产分析二、跨骑式二轮摩托车生产分析三、弯梁式二轮摩托车生产分析四、踏板式二轮摩托车生产分析五、其它式二轮摩托车生产分析

第三节 三轮摩托车生产情况一、三轮摩托车生产分析二、正三轮摩托车生产分析三、边三轮摩托车生产分析

第四节 二轮摩托车销量情况一、二轮摩托车销量分析二、跨骑式二轮摩托车销量分析三、弯梁式二轮摩托车销量分析四、踏板式二轮摩托车销量分析五、其它式二轮摩托车销量分析

第五节 三轮摩托车销量情况一、三轮摩托车销量分析二、正三轮摩托车销量分析三、边三轮摩托车销量分析

第六章 国内摩托车生产企业摩托车出口情况分析

第一节 我国摩托车生产企业摩托车出口数量分析一、摩托车生产企业摩托车出口总量二、摩托车生产企业二轮摩托车出口总量三、摩托车生产企业三轮摩托车出口总量

第二节 2025年我国摩托车生产企业摩托车出口竞争力分析一、摩托车生产企业摩托车出口数量格局二、摩托车生产企业二轮摩托车出口数量格局三、摩托车生产企业三轮摩托车出口数量格局

第三节 我国摩托车生产企业摩托车出口金额分析一、摩托车生产企业摩托车出口金额二、摩托车生产企业二轮摩托车出口金额三、摩托车生产企业三轮摩托车出口金额

第四节 2025年我国摩托车生产企业摩托车出口竞争分析一、摩托车生产企业摩托车出口金额格局二、摩托车生产企业二轮摩托车出口金额格局三、摩托车生产企业三轮摩托车出口金额格局

第五节 我国摩托车生产企业摩托车出口价格分析一、摩托车生产企业摩托车出口价格走势二、摩托车生产企业二轮摩托车出口价格走势三、摩托车生产企业三轮摩托车出口价格走势

第六节 摩托车生产企业摩托车出口竞争力分析一、摩托车出口分企业集中度二、二轮摩托车出口分企业集中度三、三轮摩托车出口分企业集中度

第七章 全球及国内摩托车产业竞争格局

第一节 全球摩托车行业竞争力分析一、全球摩托车销售区域分布格局二、全球摩托车企业竞争力分析三、全球主要摩

托车企业出货量对比四、全球摩托车产业竞争趋势第二节 国内摩托车生产市场竞争分一、国内摩托车产量分企业集中度二、国内燃油摩托车产量分企业集中度三、国内电动摩托车产量分企业集中度四、国内两轮摩托车产量分企业集中度五、国内三轮摩托车产量分企业集中度第三节 国内摩托车销售市场竞争分一、国内摩托车销量分企业集中度二、国内燃油摩托车销量分企业集中度三、国内电动摩托车销量分企业集中度四、国内两轮摩托车销量分企业集中度五、国内三轮摩托车销量分企业集中度第四节 我国摩托车行业五力分析一、行业上游议价能力二、行业下游议价能力三、行业新进入者威胁四、行业替代品威胁五、行业现有企业竞争六、行业竞争状况总结分析第五节 跨国摩托车公司在华竞争策略一、通过兼并或收购国内摩托车企业，建立合资企业二、建立技术合作中心三、直接从国内采购，降低生产成本四、敦促所在国政府加大知识产权保护力度，收取专利费第八章摩托车行业产业链分析第一节 摩托车行业产业链图谱第二节 摩托车上游——基础原材料分析一、钢材市场二、铝材市场三、橡胶市场四、塑料市场第三节 摩托车上游——核心配件分析一、铅蓄电池产业现状二、锂电池产业现状三、传感器产业现状四、摩托车发动机生产情况1、发动机产量分析2、排量 50ml3、50ml < 排量 60ml4、60ml < 排量 70ml5、70ml < 排量 80ml6、80ml < 排量 90ml7、90ml < 排量 100ml8、100ml < 排量 110ml9、110ml < 排量 125ml10、125ml < 排量 150ml11、150ml < 排量 250ml12、250ml < 排量 400ml13、400ml < 排量 750ml14、排量 > 750ml第四节 摩托车上游——配套生产工艺分析一、智能制造背景下摩托车总装工艺1、智能备料2、模块化装配3、智能检测4、数据追溯二、摩托车总装工艺优化路径1、搭建智能备料调度系统，提升物料供应效率2、推行模块标准化生产，降低装配损耗3、引入AI智能检测技术，保障装配质量4、构建全流程追溯体系，强化过程管控第五节 摩托车下游需求分析一、农村消费市场分析二、城镇消费市场分析第六节 上下游产业链对于摩托车行业影响分析一、上下游产业关联性分析二、上游产业对于摩托车行业影响分析三、下游产业对于摩托车行业影响分析第九章全球与中国摩托车行业重点企业分析第一节 本田（Honda）一、公司简介二、摩托车业务发展概况三、企业在华布局分析四、企业经营情况分析五、企业产品发展动态第二节 哈雷戴维森（Harley-Davidson）一、公司简介二、摩托车业务发展概况三、企业在华布局分析四、企业经营情况分析五、企业产品发展动态第三节 宝马（BMW）一、公司简介二、摩托车业务发展概况三、企业在华布局分析四、企业经营情况分析五、企业产品发展动态第四节 雅马哈（Yamaha）一、公司简介二、摩托车业务发展概况三、企业在华布局分析四、企业经营情况分析五、企业产品发展动态第五节 比亚乔集团（PIAGGIO）一、公司简介二、摩托车业务发展概况三、企业在华布局分析四、企业经营情况分析五、企业产品发展动态第六节 江门市大长江集团有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析

第七节 重庆隆鑫机车有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第八节 宗申产业集团有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第九节 广东大冶摩托车技术有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十节 新大洲本田摩托(苏州)有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十一节 雅迪科技集团有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十二节 重庆银翔摩托车集团有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十三节 广州豪进摩托车股份有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十四节 洛阳北方企业集团有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十五节 浙江绿源电动车有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十六节 浙江春风动力股份有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十七节 江门市珠峰摩托车有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十八节 重庆千里科技股份有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十九节 广州大运摩托车有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第二十节 浙江钱江摩托股份有限公司一、公司简介二、代表性车型分析三、公司经营分析四、摩托车产销数据分析五、公司摩托车业务发展动态六、公司摩托车业务国内市场份额分析第十章 全球与中国摩托车行业投资与趋势分析第一节 摩托车制造行业投资特性分析一、行业盈利模式分析1、“高质量低价格”——产品模式2、价值链模式3、售后价值模式二、行业盈利因素分析1、原材料价格波动、人工费用增长影响行业生产经营和盈利水平2、出口面临贸易壁垒限制3、高油价导致用户用车高成本4、技术含量低遏制了利润空间三、行业投资兼并与重组整合分

析1、外资企业兼并与重组2、国内企业兼并与重组3、摩托车整车制造行业投资兼并与重组整合原因4、摩托车整车制造行业投资兼并与重组整合特征

第二节 全球摩托车产业发展趋势一、全球摩托车生产预测二、全球摩托车需求预测三、全球摩托车规模预测四、全球重点区域规模预测

第三节 中国摩托车产业发展趋势一、中国摩托车生产预测1、中国摩托车产量预测2、燃油摩托车产量预测3、电动摩托车产量预测二、中国摩托车销量预测1、摩托车总销量预测2、燃油摩托车销量预测3、电动摩托车销量预测三、中国摩托车价格预测1、中国摩托车出厂价格预测2、燃油摩托车出厂价格预测3、电动摩托车出厂价格预测四、中国摩托车市场规模分析1、中国摩托车出厂规模分析2、燃油摩托车出厂规模分析3、电动摩托车出厂规模分析

第四节 中国摩托车海外市场潜力研判一、摩托车海外市场潜力巨大。二、摩托车绿色低碳趋势将成为新的增长空间三、中国摩托车高端产品出口份额将逐步提高。四、摩托车海外市场竞争将更加激烈五、政策支持下摩托车外贸出口将更加便捷

第五节 国内摩托车产业投资预测研判一、消费属性深度转型，市场结构持续分层升级二、动力技术迭代革新，电动化智能化成为核心主线三、产业格局加速重构，行业集中度持续提升四、政策环境持续优化，规范化发展成为行业底色五、市场布局双向拓展，内销精细化+出口高端化并行

第六节 摩托车行业发展战略研判一、企业端：深耕核心技术，重构精益化经营体系二、品牌端：摒弃低价标签，构建高端化文化型品牌体系三、战略端：锚定双线布局，推进产业转型升级与全球化发展

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/L316187DE7.html>