

2012-2016年中国自行车行业运营状况分析与投资前景研究报告

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

《2012-2016年中国自行车行业运营状况分析与投资前景研究报告》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/jiaotong1211/N51984TUSL.html>

【报告价格】 纸介版**7000**元 电子版**7200**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】 2012-11-16

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国自行车行业运营状况分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了近年来世界各国自行车产业发展形势、中国自行车工业发展环境等，接着分析了我国自行车工业运行的现状，然后介绍了中国电动自行车市场运行动态。随后，报告对中国自行车行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国自行车行业前景预测。您若想对自行车产业有个系统的了解或者想投资自行车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国自行车行业运营状况分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

近些年来，随着环保低碳概念的深入人心，越来越多的人重新抬起这久违的记忆碎片，骑上单车往来于大街小巷，并且竭尽可能地把它装扮得清新浪漫，独具个性，成为都市里一道靓丽别致的风景线。在国内，自行车虽然早已不是世代相传，锈渍斑斑的老古董，但是立意新颖的设计却并不多见。近几年，一些品牌正在努力创造与时俱进的单车新概念：一种追求自由的精神和摆脱繁重交通压力的生活方式。与此同时，自行车配饰市场也随之丰富起来。

目录

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 2012-2016年中国自行车行业的前景趋势分析 163

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaotong1211/N51984TUSL.html>