

2016-2022年中国全地形车 市场分析预测及前景趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国全地形车市场分析预测及前景趋势报告》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.abaogao.com/b/jiaotong/338477W87J.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

全地形车作为以休闲娱乐及日常实用为主要目的的非公路车辆，其发展主要依赖于消费者休闲时间的增多和户外工作、生活方式升级带来的机遇，北美、欧洲等发达经济体长期以来一直是全地形车的主要消费地。

从全地形车消费群体上看，主要分为三类：个人、商业客户和政府客户，其中个人客户主要为娱乐玩家，如赛车手、竞技爱好者、探险爱好者、猎户、庄园主、别墅业主等；商业客户主要包括度假村、运动场、马场、公园、伐木厂等；政府客户主要为军队、林业部门、国土安全部门等。2002年以前，市场主要消费群体以商业客户为主；自2002年以后，个人客户市场逐渐崛起。以全地形车的主要市场北美区域为例，2000年北美市场个人客户、商业客户的比重分别为40%和60%，而在2013年个人客户比例已上升至84.2%、商业客户比例下降至14.4%，政府购买量增加至1.4%。

从使用用途上看，全地形车逐步向休闲娱乐性、实用性方向发展，2014年用于赛道骑行、沙丘骑行、短途观光、攀岩、狩猎等娱乐休闲目的的车型销售占比迅速上升，由2005年10%左右上升至2014年的40%。

预计未来，全球以一般日常生活、娱乐、竞技为使用目的的个人消费需求占比仍将保持一定的增长态势。

全地形车市场消费需求变化与全球宏观经济、消费地区微观经济的变化密切相关，受2008年金融危机影响，全球全地形车销量由2006年的133.1万台迅速下降至2010年的66.5万台，2011年后逐年上升至2014年83.2万台；2006年至2014年期间，全地形车销售也发生了结构性变化，ATV销售与全地形车整体销售变动趋势一致，而UTV则保持了较好的增长态势，2006至2014年复合增长率达6.85%。

国内全地形车行业经历了2005、2006年的繁荣发展、随后的行业整治、2008年全球金融危机和美国新消费品改进法案实施的巨大冲击后变得更加规范，行业涌现出一批具有特色的领军企业，行业集中度加强。目前国内全地形车行业已经走出低价恶性竞争时代，开始以质量、品牌占领市场，春风动力、重庆环松、林海股份等出口企业已经拥有自主品牌，其品牌CFMOTO、HISUN、LH已在国外市场获得消费者的认可，在全球市场占据了一席之地。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国全地形车市场分析预测及前景趋势报告》共十一章。首先介绍了中国全地形车行业市场发展环境、中国全地形车整体运行态势等，接着分析了中国全地形车行业市场运行的现状，然后介绍了中国全地形车市场竞争格局。随后，报告对中国全地形车做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国全地形车行业发展趋势与投资预测。您若想对全地形车产业有个系统的了解或者想投资全地形车行业，本报告是您不可

或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 中国全地形车行业发展概述	1
第一节 行业发展情况概述	1
一、基本情况介绍	1
二、发展特点分析	2
第二节 行业上下游产业链分析	4
一、产业链模型原理介绍	4
二、行业产业链分析	6
第三节 行业生命周期分析	6
一、行业生命周期理论概述	6
二、行业所属的生命周期分析	8
第四节 行业经济指标分析	9
一、行业的赢利性分析	9
二、行业附加值的提升空间分析	10
三、行业进入壁垒与退出机制分析	10
第二章 2015-2016年世界全地形车行业市场发展现状分析	13
第一节 全球全地形车行业发展历程回顾	13
第二节 全球全地形车行业市场规模分析	14
第三节 全球全地形车行业市场区域分布情况	15
第四节 2016-2022年全球全地形车市场规模预测	20
第三章 2015-2016年中国全地形车产业发展环境分析	21
第一节 我国宏观经济环境分析	21
第二节 中国全地形车行业政策环境分析	29
第三节 中国全地形车产业社会环境发展分析	29

一、人口环境分析	29
二、教育环境分析	31
三、文化环境分析	34
四、生态环境分析	35
五、消费观念分析	38
第四章 2015-2016年中国全地形车产业运行情况	41
第一节 中国全地形车行业发展状况情况介绍	41
一、行业发展历程回顾	41
二、行业技术现状分析	42
三、行业发展特点分析	44
第二节 行业市场规模分析	45
第三节 全地形车行业市场供需情况分析	46
一、行业产能情况分析	46
二、行业产值分析	47
三、行业产量统计与分析	48
四、行业需求量分析	48
第四节 全地形车行业发展趋势分析	49
第五章 2015-2016年中国全地形车市场格局分析	51
第一节 中国全地形车行业竞争现状分析	51
第二节 中国全地形车行业集中度分析	52
一、行业市场集中度分析	52
二、行业企业集中度分析	53
三、行业区域集中度分析	54
第三节 行业存在的问题	55
第六章 2015-2016年中国全地形车行业竞争情况	56
第一节 行业竞争结构分析	56
一、现有企业间竞争	56
二、潜在进入者分析	56
三、替代品威胁分析	57

四、供应商议价能力 57

五、客户议价能力 57

第二节 行业SWOT分析 58

一、行业优势分析 58

二、行业劣势分析 58

三、行业机会分析 59

四、行业威胁分析 59

第三节 行业竞争力优势分析 60

第七章 2015-2016年全地形车制造所属行业数据监测 62

第一节 中国全地形车所属行业规模分析 62

一、企业数量分析 62

二、资产规模分析 62

三、销售规模分析 63

四、利润规模分析 63

第二节 中国全地形车所属行业产值分析 64

第三节 中国全地形车所属行业成本费用分析 64

第四节 中国全地形车所属行业运营效益分析 64

第八章 2015-2016年全地形车行业重点生产企业分析 67

第一节 公司一 67

一、企业概况 67

二、企业主要经济指标分析 67

三、企业盈利能力分析 68

四、企业偿债能力分析 68

五、企业运营能力分析 68

六、企业成长能力分析 68

第二节 公司二 69

一、企业概况 69

二、企业主要经济指标分析 69

三、企业盈利能力分析 70

四、企业偿债能力分析 70

五、企业运营能力分析	70
六、企业成长能力分析	71
第三节 公司三	71
一、企业概况	71
二、企业主要经济指标分析	72
三、企业盈利能力分析	73
四、企业偿债能力分析	74
五、企业运营能力分析	75
六、企业成长能力分析	75
第四节 公司四	76
一、企业概况	76
二、企业主要经济指标分析	76
三、企业盈利能力分析	77
四、企业偿债能力分析	77
五、企业运营能力分析	77
六、企业成长能力分析	78
第五节 公司五	78
一、企业概况	78
二、企业主要经济指标分析	79
三、企业盈利能力分析	79
四、企业偿债能力分析	80
五、企业运营能力分析	80
六、企业成长能力分析	80

第九章 2016-2022年中国全地形车行业发展前景分析与预测 81

第一节 2016-2022年全地形车行业未来发展前景分析 81

- 一、2016-2022年全地形车行业国内投资环境分析 81
- 二、2016-2022年全地形车行业市场机会分析 82
- 三、2016-2022年全地形车行业投资增速预测 82

第二节 2016-2022年全地形车行业未来发展趋势预测 84

第三节 2016-2022年全地形车行业市场发展预测 84

- 一、2016-2022年全地形车行业市场规模预测 84

二、2016-2022年全地形车行业市场规模增速预测	85
三、2016-2022年全地形车行业产值规模预测	85
四、2016-2022年全地形车行业产值增速预测	86
第四节 2016-2022年全地形车行业盈利走势预测	87
一、2016-2022年全地形车行业毛利润同比增速预测	87
二、2016-2022年全地形车行业利润总额同比增速预测	87
第十章 2016-2022年全地形车行业投资风险与营销分析	89
第一节 2016-2022年全地形车行业进入壁垒分析	89
一、技术壁垒分析	89
二、规模壁垒分析	89
三、品牌壁垒分析	89
四、其他壁垒分析	90
第二节 2016-2022年全地形车行业投资风险分析	90
一、政策风险分析	90
二、技术风险分析	90
三、竞争风险分析	90
四、其他风险分析	90
第十一章 ZYLZG 2016-2022年全地形车行业发展策略及投资建议	92
第一节 2016-2022年全地形车行业市场重点客户战略实施	92
一、实施重点客户战略的必要性	92
二、合理确立重点客户	93
三、对重点客户的营销策略	94
四、强化重点客户的管理	94
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	94
第二节 2016-2022年全地形车行业发展策略分析	96
第三节 2016-2022年全地形车投资建议	96

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表：全地形车行业产业链

图表：2011-2015年我国全地形车行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国全地形车行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国全地形车行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国全地形车行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国全地形车行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国全地形车行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国全地形车行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国全地形车行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国全地形车行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国全地形车行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年全地形车行业市场供给

图表：2011-2015年全地形车行业市场需求

图表：2011-2015年全地形车行业市场规模

图表：全地形车所属行业生命周期判断

图表：全地形车所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国全地形车行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国全地形车行业供给预测

图表：2016-2022年中国全地形车行业需求预测

图表：2016-2022年中国全地形车行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/338477W87J.html>