

# 2016-2022年中国全地形车 行业前景研究与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国全地形车行业前景研究与市场需求预测报告》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/X05043O2E5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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年中国全地形车行业前景研究与市场需求预测报告》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。

报告目录：

## 第一章 全地形车行业基本概述

### 第一节 行业定义、地位及作用

- 一、全地形车行业研究背景
- 二、全地形车行业研究方法及依据
- 三、全地形车行业研究基本前景概况
- 四、行业定义和范围
- 五、行业在国民经济中的地位与作用

### 第二节 行业全地形车品质及特点

- 一、行业全地形车品质
- 二、行业特点

### 第三节 2015年中国全地形车行业经济指标分析

- 一、赢利全地形车
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险全地形车
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标

## 第二章 2015年中国全地形车行业宏观环境分析

### 第一节 2015年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数

- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、中国汇率调整
- 九、货币供应量
- 十、中国外汇储备
- 十一、存贷款基准利率调整情况
- 十二、存款准备金率调整情况
- 十三、社会消费品零售总额
- 十四、对外全地形车&进出口
- 十五、城镇人员从业状况
- 十六、宏观经济环境对行业下游的影响分析
- 第二节 全地形车产业政策环境变化及影响分析
- 1、监管部门及监管体制
- 2、主要行业法律法规
- 第三节 全地形车产业社会环境变化及影响分析

### 第三章2015年中国全地形车行业运行态势分析

- 第一节 2015年全地形车行业市场运行状况分析
- 第二节 2015年中国全地形车行业市场热点分析
- 第三节 2015年中国全地形车行业市场存在的问题分析
- 第四节 2016-2022年中国全地形车行业发展面临的新挑战分析

### 第四章 2011-2015年中国全地形车所属行业监测数据分析

- 第一节 2011-2015年中国全地形车所属行业规模分析
- 一、企业数量增长分析
- 二、资产规模增长分析
- 第二节 2015年中国全地形车所属行业结构分析
- 一、企业数量结构分析
- 二、全地形车收入结构分析
- 第三节 2011-2015年中国全地形车所属行业产值分析
- 一、产成品增长分析

二、工业全地形车产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2011-2015年中国全地形车所属行业成本费用分析

一、全地形车成本统计

二、费用统计

第五节 2011-2015年中国全地形车所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 中国全地形车国内市场综述

第一节 中国全地形车产品产量分析及预测

一、全地形车产业总体产能规模

二、全地形车生产区域分布

三、2010-2015年产量

四、2010-2015年消费情况

第二节 中国全地形车市场需求分析及预测

一、中国全地形车需求特点

二、主要地域分布

第三节 2016-2022年中国全地形车供需平衡预测

第四节 中国全地形车价格趋势分析

一、中国全地形车2012-2015年价格趋势

二、中国全地形车当前市场价格及分析

三、影响全地形车价格因素分析

四、2016-2022年中国全地形车价格走势预测

第六章 2015年中国全地形车行业重点区域分析及前景

第一节 华北地区

一、华北地区全地形车产销情况

二、华北地区全地形车行业市场规模

三、华北地区全地形车行业趋势预测

第二节 华东地区

一、华东地区全地形车产销情况

二、华东地区全地形车行业市场规模

三、华东地区全地形车行业趋势预测

### 第三节 东北地区

一、东北地区全地形车产销情况

二、东北地区全地形车行业市场规模

三、东北地区全地形车行业趋势预测

### 第四节 华中地区

一、华中地区全地形车产销情况

二、华中地区全地形车行业市场规模

三、华中地区全地形车行业趋势预测

### 第五节 华南地区

一、华南地区全地形车产销情况

二、华南地区全地形车行业市场规模

三、华南地区全地形车行业趋势预测

### 第六节 西南地区

一、西南地区全地形车产销情况

二、西南地区全地形车行业市场规模

三、西南地区全地形车行业趋势预测

### 第七节 西北地区

一、西北地区全地形车产销情况

二、西北地区全地形车行业市场规模

三、西北地区全地形车行业趋势预测

## 第七章 全地形车重点企业分析

### 第一节 重点企业1

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第二节 重点企业2

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第三节 重点企业3

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第四节 重点企业4

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第五节 重点企业5

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

三、发展战略

### 第六节 重点企业6

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第七节 重点企业7

一、公司简介

二、公司经营情况分析



三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第八节 重点企业8

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第八章 中国全地形车行业市场竞争分析

第一节 行业竞争环境分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 市场竞争策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、推广策略

第三节 全地形车行业市场竞争趋势分析

一、全地形车行业竞争格局分析

二、全地形车典型企业竞争策略分析

三、全地形车行业竞争趋势分析

第四节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

## 第九章 中国全地形车产业国际竞争力分析

### 第一节 中国全地形车产业上下游环境分析

### 第二节 中国全地形车产业环节分析

### 第三节 中国全地形车企业盈利模型研究分析

#### 一、核心竞争力

#### 二、战略思想

#### 三、盈利模型

### 第四节 全地形车企业世界竞争力比较优势

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、配套与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府推动作用

### 第五节 中国全地形车企业竞争策略研究

#### 一、供应全地形车一体化战略

#### 二、业务延伸及扩张策略

#### 三、品牌管理策略

#### 四、多元化经营策略

## 第十章 2016-2022年中国全地形车行业发展趋势展望分析

### 第一节 2016-2022年中国全地形车行业趋势预测展望

#### 一、全地形车行业市场蕴藏的商机探讨

#### 二、“十三五”规划对全地形车行业影响研究

### 第二节 2016-2022年中国全地形车行业发展趋势分析

### 第三节 2016-2022年中国全地形车行业运行状况预测

#### 一、中国全地形车行业工业总产值预测

#### 二、中国全地形车行业全地形车收入预测

#### 三、中国全地形车行业利润总额预测

#### 四、中国全地形车行业总资产预测

## 第十一章 ZY LZG 2016-2022年中国全地形车行业投资前景分析及建议

### 第一节 2016-2022年中国全地形车行业投资前景分析

- 一、宏观风险
- 二、微观风险
- 三、其他风险

## 第二节2016-2022年中国全地形车行业投资前景的防范和对策

- 一、风险规避
- 二、风险控制
- 三、风险转移
- 四、风险保留

## 第三节ZY LZG 2016-2022年中国全地形车行业投资前景研究分析

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争全地形车战略联盟的实施
- 三、市场重点客户战略实施

### 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&hellip;&hellip;

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：&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/X05043O2E5.html>