

2015-2020年中国山地车市场运行态势及战略咨询 报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国山地车市场运行态势及战略咨询报告》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.huaon.com/detail/173538.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

山地车，起源于美国，1974年 Gary Fisher、Charlie Kelly、Tom Ritchey想要一辆可以在公路外骑行的自行车，远离“警察、汽车和建筑物”，于是他们开始将配件和摩托车部件安装到二战前结实的单沙滩车上。

同一年，Gary Fisher和他的朋友们无惧死亡的“塔马尔帕斯山之行”为全新骑行风格的诞生铺平了道路。随着 Gary Fisher 在山地领域引起的巨大反响，他的 Klunker 随后被 Mountain Bike Action 杂志评选为“历史十大山地车”之一。

1976年Charlie

Kelly开始推动焕然一新的下坡赛，这是第一个伟大的山地自行车活动。Charlie

Kelly委托制商

Joe

Breeze

设计并开发越野自行车，这是有史以来制造的第一批“山地自行车”并命名为“Breeze”。

Joe Breeze以Breeze为原型在1977年至1978年之间完成设计和制造了9个系列的车型，Breeze的原型车现在在美国史密森学会的国家博物馆收藏。

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。

第一章 中国山地车产品品牌市场实地调研

第一节 中国山地车产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、山地车产品品牌平均价格趋势分析

三、2014年中国山地车产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国山地车产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对山地车产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对山地车产品品牌价格的影响

第三节 中国山地车产品品牌市场消费状况分析

一、中国山地车产品品牌市场消费结构

二、中国山地车产品品牌市场消费特点

三、影响中国山地车产品品牌市场消费因素

第二章 中国山地车产品品牌市场结构调研

第一节 中国山地车市场主要品牌发展分析

一、中国山地车市场主要品牌所占市场份额

二、中国山地车市场各品牌新动向监测

第二节 中国山地车市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国山地车市场品牌发展新特色分析

第三章 中国山地车行业区域市场需求状况预测

第一节 2015-2020年华北地区山地车市场需求状况

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况

四、2015-2020年山地车行业发展前景预测

第二节 2015-2020年东北地区山地车市场规模研究

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况

四、2015-2020年山地车行业发展前景预测

第三节 2015-2020年华东地区山地车行业前景展望

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况

四、2015-2020年山地车行业发展前景预测

第四节 2015-2020年华南地区山地车市场需求预测

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况

四、2015-2020年山地车行业发展前景预测

第五节 2015-2020年华中地区山地车行业发展潜力分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况

四、2015-2020年山地车行业发展前景预测

第六节 2015-2020年西南地区山地车市场规模预测

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况

四、2015-2020年山地车行业发展前景预测

第七节2015-2020年西北地区山地车行业发展预测

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2015-2020年市场需求情况

四、2015-2020年山地车行业发展前景预测

第四章 中国山地车行业需求用户调研结果

第一节山地车行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节中国山地车行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

二、不同年龄用户需求特点分析

三、不同地区用户需求特点分析

四、不同学历用户需求特点分析

第五章 中国山地车产品品牌上游市场调查情况

第一节 中国山地车产品原材料生产情况调查

一、中国山地车产品原材料产量调查分析

二、中国山地车产品原材料生产区域结构调查

三、2015-2020年中国山地车产品原材料生产规模预测

第二节中国山地车产品原材料价格走势调查

一、中国山地车产品原材料历年价格趋势调查

二、山地车产品原材料未来走势预测

三、山地车产品原材料价格走势对企业影响

（一）短期影响分析研究

（二）长期影响分析研究

（三）产品原材料成本敏感度

第三节 中国山地车产品生产现状概况

一、中国山地车产品生产规模调查

二、中国山地车产品生产结构调查

三、2015-2020年中国山地车产品产量预测

第六章 中国山地车产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节 加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第七章 中国山地车行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国山地车行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要山地车行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 中国山地车产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 中国山地车产品品牌销售渠道模式研究

一、中国山地车产品品牌渠道销售现状调查

二、中国山地车产品品牌营销渠道调研

三、中国山地车产品品牌渠道发展机遇

四、中国山地车产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 中国山地车产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 中国山地车产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 中国山地车产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、山地车产品品牌营销的发展之道

三、中国山地车品牌市场营销渠道探讨

第九章 中国山地车行业竞争对手渠道模式

第一节 山地车市场渠道情况

第二节 山地车竞争对手渠道模式

第三节 山地车直营代理分布情况

第十章 中国山地车行业竞争力与发展态势研究

第一节 中国山地车行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 中国山地车企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 中国山地车行业竞争力分析

一、山地车行业竞争分析

二、中外山地车产品竞争力比较分析

三、中国山地车市场竞争格局分析

四、2015-2020年国内主要山地车企业动向研究

第三节 2015-2020年中国山地车行业竞争态势展望

第十一章 中国山地车行业重点品牌企业经营策略

第一节 品牌A

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第二节 品牌B

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第三节 品牌C

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第四节 品牌D

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第五节 品牌E

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第十二章 中国山地车行业供需预测与发展趋势

第二节2011-2014年中国山地车行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 2011-2014年山地车行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2011-2014年山地车行业总资产预测

第四节 2011-2014年山地车行业工业总产值预测

第五节 2015-2020年山地车行业销售收入预测

第六节 2015-2020年中国山地车行业盈利能力预测

第十三章 2015-2020年中国山地车行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国山地车行业SWOT模型分析

第二节 中国山地车行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2015-2020年中国山地车行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国山地车行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国山地车项目行业可行性分析研究

图表目录：

图表2011-2014年中国山地车市场主要品牌所占市场份额统计

图表2011-2014年中国山地车市场各品牌新动向监测数据

图表 2011-2014年中国山地车市场品牌排名调查情况

图表 2011-2014年中国山地车品牌按照销售额排名

图表 2011-2014年中国山地车品牌按市场份额排名

图表 2011-2014年中国山地车品牌按品牌知名度排名

图表 2011-2014年中国山地车品牌按消费者认可度排名

图表：2011-2014年中国山地车行业市场规模调研

图表：2011-2014年全球山地车行业市场规模调研

图表：2011-2014年中国山地车重要数据指标比较

图表：2011-2014年中国山地车行业销售数据统计

图表：2011-2014年中国山地车行业利润走势表

图表：2011-2014年中国山地车行业资产数据情况

图表：2011-2014年中国山地车行业进口数据统计

图表：2011-2014年中国山地车行业出口数据统计

图表：2011-2014年中国山地车品牌竞争力前十名排名

图表：2011-2014年中国山地车品牌发展潜力前十名排名

图表：中国消费者收入水平调查

图表：2011-2014年中国消费者信心指数数据

图表：2011-2014年中国山地车市场的消费需求变化

图表：2011-2014年中国山地车行业的需求情况分析

图表：2011-2014年山地车品牌市场消费需求分析
图表：2011-2014年中国山地车产品行业消费特点
图表：2011-2014年中国山地车产品消费者实地调查数据
图表：2011-2014年中国山地车产品消费结构表
图表：2011-2014年中国山地车产品消费的市场变化图
图表：2011-2014年中国山地车产品市场的消费方向走势图
图表：2011-2014年中国山地车行业品牌市场占有率调查数据
图表：2011-2014年中国华南区域产品供应与销售数据
图表：2011-2014年中国华东区域产品供应与销售数据
图表：2011-2014年中国东北区域产品供应与销售数据
图表：2011-2014年中国中南区域产品供应与销售数据
图表：2011-2014年中国华北区域产品供应与销售数据
图表：2011-2014年中国西南区域产品供应与销售数据
图表：2011-2014年中国西北区域产品供应与销售数据
图表：中国十大山地车产品品牌排行榜
图表：中国山地车产品品牌行业生命周期趋势图
图表：2007-中国山地车产品品牌行业增长性图表
图表：重点企业销售收入数据统计
图表：重点企业盈利指标情况
图表：重点企业盈利能力情况
图表：重点企业资产运行指标状况
图表：重点企业资产负债能力指标分析
图表：重点企业成本费用构成情况
图表：2015-2020年中国山地车行业市场需求状况预测
图表：2015-2020年中国山地车行业市场供给状况预测
图表：2015-2020年中国山地车行业市场价格走势预测
图表：2015-2020年中国山地车行业产能状况预测
图表：2015-2020年中国山地车行业消费量预测
图表：2015-2020年中国山地车行业发展趋势图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/173538.html>