

# 2014-2019年中国自行车鞍座行业市场分析与未来发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国自行车鞍座行业市场分析与未来发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0502/201403/31-150608.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

随着世界各国环境保护意识日趋提高以及人们在健身、休闲等方面的需求不断增强，自行车仍旧是人们所喜爱的外出交通代步工具和休闲、娱乐工具。

预计在今后3-5年内，世界自行车市场需求仍将持续保持平稳发展态势。特别值得一提的是，拥有50多个国家、当地工业普遍落后的非洲地区，也是当今世界上极具发展潜力的自行车市场。可以预测，随着社会文明程度不断提升，将来非洲地区自行车需求量必定也会大幅上升，这将成为推动全球自行车鞍座产品需求增长的重要动力之一。

### 目录

#### 第一章 2013年世界自行车鞍座行业市场运行形势分析 1

##### 第一节 2013年全球自行车鞍座行业发展概况 1

##### 第二节 世界自行车鞍座行业发展走势 2

###### 一、全球自行车鞍座行业市场分布情况 2

作为全球自行车主产区，中国是全球最大的自行车鞍座产销市场，2012年中国自行车鞍座销量为0.91亿只，占全球市场总量的58%；欧洲市场销量为0.17亿只，占消费总量的10.8%。

资料来源：欧洲自行车生产商协会（EBMA）

###### 二、全球自行车鞍座行业发展趋势分析 2

##### 第三节 全球自行车鞍座行业重点国家和地区分析 3

###### 一、北美 3

###### 二、亚洲 3

###### 三、欧盟 4

#### 第二章 2013年中国自行车鞍座产业发展环境分析 6

##### 第一节 2013年中国宏观经济环境分析 6

###### 一、GDP历史变动轨迹分析 6

###### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 13

###### 三、2014年中国经济发展预测分析 16

##### 第二节 自行车鞍座行业主管部门、行业监管体 17

##### 第三节 中国自行车鞍座行业主要法律法规及政策 17

#### 第四节 2013年中国自行车鞍座产业社会环境发展分析 19

### 第三章 2013年中国自行车鞍座产业发展现状 24

#### 第一节 自行车鞍座行业的有关概况 24

##### 一、自行车鞍座的定义 24

##### 二、自行车鞍座的特点 25

#### 第二节 自行车鞍座的产业链情况 25

##### 一、产业链模型介绍 25

##### 二、自行车鞍座行业产业链分析 27

#### 第三节 上下游行业对自行车鞍座行业的影响分析 29

### 第四章 2013年中国自行车鞍座行业技术发展分析 30

#### 第一节 中国自行车鞍座行业技术发展现状 30

#### 第二节 自行车鞍座行业技术特点分析 30

#### 第三节 自行车鞍座行业技术发展趋势分析 32

### 第五章 2013年中国自行车鞍座产业运行情况 35

#### 第一节 中国自行车鞍座行业发展状况 35

##### 一、2009-2013年自行车鞍座行业市场供给分析 35

我国自行车鞍座行业发展速度较快，行业企业数量从20世纪90年代的27家企业增长到目前的100多家。我国较大的厂家有维乐深圳巨群自行车配件（深圳）有限公司、佛山市顺德区宏力自行车配件有限公司、维康交通器材（深圳）有限公司、河北恒驰自行车零件集团有限公司、沧州市南大港管理区汇鑫五金制品有限公司、天津卡希玛健身用品有限公司等等。

2012年我国自行车鞍座产量达到1.38亿只，同比2011年的1.25亿只增长了10.4%，2013年我国自行车鞍座产量达到1.65亿只。近几年我国自行车鞍座行业产量情况如下图所示：

数据来源：中国自行车行业协会

##### 二、2009-2013年自行车鞍座行业市场需求分析 35

##### 三、2009-2013年自行车鞍座行业市场规模分析 36

#### 第二节 中国自行车鞍座行业集中度分析 36

##### 一、行业市场区域分布情况 36

二、行业市场集中度情况 37

三、行业企业集中度分析 38

第六章 2013年中国自行车鞍座市场运行情况 39

第一节 行业最新动态分析 39

一、行业相关动态概述 39

二、行业发展热点聚焦 41

第二节 行业品牌现状分析 43

第三节 行业产品市场价格情况 45

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 47

第七章 2011-2013年中国自行车鞍座所属行业主要数据监测分析 48

第一节 2011-2013年中国自行车鞍座所属行业总体数据分析 48

一、2011年中国自行车鞍座所属行业全部企业数据分析 48

二、2012年中国自行车鞍座所属行业全部企业数据分析 50

三、2013年中国自行车鞍座所属行业全部企业数据分析 51

第二节 2011-2013年中国自行车鞍座所属行业不同规模企业数据分析 53

一、2011年中国自行车鞍座所属行业不同规模企业数据分析 53

二、2012年中国自行车鞍座所属行业不同规模企业数据分析 54

三、2013年中国自行车鞍座所属行业不同规模企业数据分析 54

第三节 2011-2013年中国自行车鞍座所属行业不同所有制企业数据分析 55

一、2011年中国自行车鞍座所属行业不同所有制企业数据分析 55

一、2012年中国自行车鞍座所属行业不同所有制企业数据分析 55

一、2013年中国自行车鞍座所属行业不同所有制企业数据分析 56

第八章 2013年中国自行车鞍座行业竞争情况 57

第一节 行业经济指标分析 57

一、赢利性 57

二、附加值的提升空间 57

三、进入壁垒 / 退出机制 58

四、行业周期 59

第二节 行业竞争结构分析 60

- 一、现有企业间竞争 60
- 二、潜在进入者分析 60
- 三、替代品威胁分析 60
- 四、供应商议价能力 60
- 五、客户议价能力 61
- 第三节 行业国际竞争力比较 61

## 第九章 2013年自行车鞍座行业重点生产企业分析 63

### 第一节 巨群自行车配件（深圳）有限公司 63

- 一、企业简介 63
- 二、企业经营数据 63
- 三、企业产品分析 65

### 第二节 立钜自行车配件（昆山）有限公司 65

- 一、企业简介 65
- 二、企业经营数据 65
- 三、企业产品分析 67

### 第三节 天津市恒利车具有限公司 67

- 一、企业简介 67
- 二、企业经营数据 68
- 三、企业产品分析 70

### 第四节 维康交通器材（深圳）有限公司 70

- 一、企业简介 70
- 二、企业经营数据 70
- 三、企业产品分析 72

### 第五节 天津卡希玛健身用品有限公司 72

- 一、企业简介 72
- 二、企业经营数据 72
- 三、企业产品分析 74

## 第十章 2014-2019年自行车鞍座行业发展预测分析 75

### 第一节 2014-2019年中国自行车鞍座行业未来发展预测分析 75

- 一、中国自行车鞍座行业发展方向及投资机会分析 75

- 二、2014-2019年中国自行车鞍座行业发展规模分析 75
- 三、2014-2019年中国自行车鞍座行业发展趋势分析 76
- 第二节 2014-2019年中国自行车鞍座行业供需预测 76
  - 一、2014-2019年中国自行车鞍座行业供给预测 76
  - 二、2014-2019年中国自行车鞍座行业需求预测 77
- 第三节 2014-2019年中国自行车鞍座行业价格走势分析 78

## 第十一章 2014-2019年中国自行车鞍座行业投资风险预警 79

- 第一节 中国自行车鞍座行业存在的问题分析 79
- 第二节 中国自行车鞍座行业政策投资风险 79
  - 一、政策和体制风险 79
  - 二、技术发展风险 79
  - 三、市场竞争风险 80
  - 四、原材料压力风险 81
  - 五、经营管理风险 81

## 第十二章 2014-2019年中国自行车鞍座行业发展策略及投资建议 82

- 第一节 自行车鞍座行业发展策略分析 82
  - 一、坚持产品创新的领先战略 82
  - 二、坚持品牌建设的引导战略 82
  - 三、坚持工艺技术创新的支持战略 82
  - 四、坚持市场营销创新的决胜战略 83
  - 五、坚持企业管理创新的保证战略 83
- 第二节 自行车鞍座行业市场的关键客户战略实施 83
  - 一、实施关键客户战略的必要性 83
  - 二、合理确立关键客户 84
  - 三、对关键客户的营销策略 85
  - 四、强化关键客户的管理 85
  - 五、实施关键客户战略要重点解决的问题 86
- 第三节 智研数据投资建议 88
  - 一、重点投资区域建议 88
  - 二、重点投资产品建议 89

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/201403/31-150608.html>