

2017-2022年中国电动自行车市场深度调查及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电动自行车市场深度调查及投资方向研究报告》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/310907.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

电动自行车具有骑行简便、速度快于普通自行车及省时、省力的特点。电动自行车凭借其方便快捷的优势，上个世纪90 年代，自中国出现了第一辆电动自行车后，很快得到广泛推广应用。电动自行车的产量从2000 年29 万辆发展到2013年的3,695 万辆，十余年间增长了127.41 倍。2014年我国电动自行车的产量出现下滑，年度产量为3551万辆，降幅为3.9%。2014年全国电动自行车行业累计完成产量2904.5万辆。

2000-2014年我国电动自行车产量走势

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：

第一章电动自行车行业相关概述

第一节 电动自行车的概述

(一)电动自行车的定义

(二)电动自行车工作原理及分类

(三)电动自行车基本性能

第二节电动自行车的特征

(一)电动自行车的类型

(二)电动自行车的主要优点

第二章世界电动自行车行业分析

第一节 世界电动车发展现状分析

(一)电动车产能分析

(二)电动车市场需求状况

(三)电动车主要产品分析

(四)电动汽车的成本构成及影响推广因素

第二节国际电动自行车市场发展概况

(一)国外电动自行车市场发展状况

(二)国外轻型电动车产业发展的经验和教训

(三)国际电动自行车发展新动向

(四)全球电动车市场销量上升再度繁荣

第三节美国电动自行车发展情况

(一)美国地方政府支持市民使用电动自行车

(二)美国警用电动自行车将瞄准警界市场

(三)电动自行车成美国华盛顿旅游业新宠

(四)美国电动自行车市场发展趋势分析

第四节日本电动自行车发展情况

(一)日本电动自行车市场发展情况

(二)日本电动自行车管理相关条例

(三)日本拟修订电动自行车标准

第五节其他国家电动自行车发展概况

(一)欧洲电动自行车发展情况

(二)德国电动自行车发展情况

(三)法国电动自行车发展情况

第三章2013-2016年中国电动自行车发展环境分析

第一节 政策法规环境分析

(一)中国电动自行车相关法律和标准

(二)国家颁布实施《自行车安全要求》新标准

(三)电动自行车国标修订批准后对产业的影响

(四)中国各省市对电动自行车上路态度分析

第二节经济发展环境分析

(一)中国宏观经济运行情况

(二)金融危机对中国经济的影响分析

(三)中国应对金融危机的十项措施

(四)中国宏观经济运行形势展望

第三节技术发展环境分析

(一)电动自行车技术现状及发展方向探讨

(二)电动车新技术发展面临多项抉择

(三)电动车行业首次承担国家级重大科研课题

(四)轻型电动车多项核心技术领先世界水平

第四节社会发展环境分析

(一)国内消费水平分析

(二)社会人口结构分析

第四章中国电动自行车行业发展分析

第一节电动自行车行业发展现状分析

- (一)中国电动自行车行业发展概述
- (二)中国电动车行业发展预警分析
- (三)中国电动车行业区域发展格局
- (四)电动车零部件企业发展状况
- (五)金融危机下的电动自行车行业
- (六)中国电动车产业化期待系统集成商

第二节 2013-2016年电动自行车市场现状与特点

- (一)上半年中国电动车市场分析
- (二)电动自行车市场价格战分析
- (三)中国电动车市场淡季分析
- (四)中国电动车产业内外销状况
- (五)中国十大电动自行车排名

第三节电动自行车行业竞争状况分析

- (一)中国电动自行车厂商竞争格局分析
- (二)电动自行车车聚集区域竞争优势劣势
- (三)中国电动自行车竞争转向品牌和创新
- (四)电动车企业核心竞争力确立的分析

第四节电动自行车电池市场现状

- (一)电动自行车发展对电池的要求分析
- (二)铅酸蓄电池产业的现状与发展趋势
- (三)电动车市场发展突显电源行业商机
- (四)中国电动车锂电池发展状况
- (五)电动自行车行业实行轻型化锂电战略

第五节电动自行车行业发展面临的问题

- (一)现行管理体制不适应产业的快速发展
- (二)四大问题困扰中国自行车行业发展
- (三)在道路交通安全法中缺乏科学合理的定位
- (四)中国电动自行车的发展瓶颈分析

第六节电动自行车行业发展的对策与建议

- (一)加快相关国家标准的修订与制定工作
- (二)加快轻型电动车行业管理体制变革
- (三)国家加强对电动车产业政策的支持
- (四)加强消费政策的引导和鼓励

第五章中国电动自行车行业成长动因分析

第一节中国电动车的行业背景分析

- (一)电动车发展的资源问题
- (二)电动车发展的环保问题
- (三)中国汽车产业结构问题
- (四)电动车目标市场分析

第二节电动自行车行业成长有利因素

- (一)价格水平与城乡居民收入水平相适应
- (二)满足城乡居民对交通工具升级换代要求
- (三)电动车良好能效特征和巨大节能潜力
- (四)中国电动自行车发展瓶颈取得突破
- (五)中国电动车技术研发取得重要进展

第三节电动自行车行业成长不利因素

- (一)电动车产业发展亟待行业新标准护航
- (二)轻型电动车呼唤发展战略和行业标准
- (三)电动车产业发展须迈“三道槛”
- (四)废旧铅酸蓄电池管理体制尚未健全

第四节从营销理论的演变看电动车行业的发展

- (一)以满足市场需求为目标的4P理论
- (二)以追求顾客满意为目标的4C理论
- (三)以建立顾客忠诚为目标的4R理论

第六章2013-2016年中国电动自行车行业发展现状分析

第一节 2013-2016年中国电动自行车行业概况

- (一)中国电动自行车行业发展现状
- (二)中国电动自行车行业发展现状

第二节2013-2016年中国电动自行车总体运行情况

- (一)电动自行车行业企业数量统计
- (二)电动自行车行业从业人员统计
- (三)电动自行车行业产值增长情况
- (四)电动自行车行业销售产值增长情况
- (五)电动自行车行业出口交货值增长情况

第三节2013-2016年中国电动自行车行业盈利能力分析

- (一)电动自行车行业成本费用利润

(二)电动自行车行业销售毛利率分析

(三)电动自行车行业销售利润率分析

(四)电动自行车行业总资产利润率分析

第四节2013-2016年中国电动自行车行业偿债能力分析

第五节2013-2016年电动自行车行业资产营运能力分析

(一)电动自行车行业总资产周转率分析

(二)电动自行车行业应收账款周转率分析

(三)电动自行车行业流动资产周转率分析

第六节2013-2016年中国电动自行车行业发展能力分析

(一)中国电动自行车行业销售增长率

(二)中国电动自行车行业利润增长率

(三)中国电动自行车行业资产增长率

第七章2013-2016年中国电动自行车行业规模分析

第一节2013-2016年电动自行车行业资产负债状况分析

(一)电动自行车行业总资产状况分析

(二)电动自行车行业应收账款分析

(三)电动自行车行业固定资产状况

(四)电动自行车行业流动资产分析

(五)电动自行车行业负债状况分析

第二节2013-2016年电动自行车行业销售及利润分析

(一)电动自行车行业销售收入分析

(二)电动自行车行业产品销售税金

(三)电动自行车行业利润增长情况

(四)中国电动自行车行业亏损情况

第三节2013-2016年中国电动自行车行业成本费用分析

(一)电动自行车行业销售成本情况

(二)电动自行车行业销售费用情况

(三)电动自行车行业管理费用统计

(四)电动自行车行业财务费用统计

第八章2013-2016年中国电动自行车产量分析

第一节2001-2008年中国自行车产量分析

(一)2001-2008年中国自行车产量总体分析

(二)中国主要区域自行车产量分析

第二节2013-2016年中国电动自行车产量分析

(一)中国电动自行车产量情况

(二)中国电动自行车产量情况

第九章中国主要区域电动自行车市场分析

第一节苏州地区电动自行车市场情况

(一)苏州市区电动车市场分析

(二)吴江电动车市场分析

(三)昆山电动车市场分析

(四)常熟电动车市场分析

(五)张家港电动车市场分析

第二节杭州地区电动自行车市场情况

(一)杭州市区电动车市场分析

(二)临安电动车市场分析

(三)富阳电动车市场分析

(四)桐庐电动车市场分析

(五)建德电动车市场分析

(六)淳安电动车市场概况

第三节无锡、常州地区电动车市场情况

(一)无锡市区电动车市场分析

(二)江阴电动车市场分析

(三)宜兴电动车市场分析

(四)常州市区电动车市场分析

(五)金坛电动车市场分析

(六)溧阳电动车市场分析

第四节宁波地区电动车市场情况

(一)宁波市区电动车市场分析

(二)慈溪电动车市场分析

(三)余姚电动车市场分析

(四)宁海电动车市场分析

(五)象山电动车市场分析

第五节太原地区电动车市场综述

(一)太原市区电动车市场分析

(二)万柏林电动车市场分析

(三)古交电动车市场分析

(四)清徐电动车市场分析

(五)小店电动车市场分析

第六节洛阳地区电动车市场综述

(一)洛阳市区电动车市场分析

(二)孟津电动车市场分析

(三)宜阳电动车市场分析

(四)汝阳电动车市场分析

(五)偃师电动车市场分析

第七节大同市电动车市场综述

(一)大同县电动车市场分析

(二)阳高电动车市场分析

(三)天镇电动车市场分析

(四)浑源电动车市场分析

(五)广灵电动车市场分析

(六)灵丘电动车市场分析

第八节其他地区电动自行车分析

(一)深圳电动自行车产业优势分析

(二)赣州电动自行车销售市场火暴

(三)山东电动车销售量分析

(四)湖北电动车市场分析

第十章中国电动自行车消费市场调查分析

第一节中国电动自行车消费整体状况分析

(一)中国电动自行车市场消费特点分析

(二)电动自行车主要区域消费特点分析

第二节中国电动自行车产品品牌消费分析

(一)中国电动自行车产品品牌消费情况

(二)电动自行车品牌地域分布特征分析

(三)市场主要品牌的表现与理想品牌仍有差距

第三节电动自行车产品使用和满意度分析

(一)产品规格和价格偏好

(二)产品使用习惯特征分析

(三)产品满意度分析

第四节电动自行车消费者需求与购买行为分析

(一)电动自行车与其他交通工具的替代情况

(二)产品特性需求偏好

(三)产品价格接受区间

(四)消费者心理需求差异

(五)产品的信息渠道与购买

第五节中国电动自行车市场调查主要结论概述

第十一章中国电动自行车行业发展的战略

第一节轻型电动车产业健康成长的战略选择

(一)轻型电动车产业推进能源消费结构的调整

(二)轻型电动车产业推进城市交通模式的优化

(三)轻型电动车产业推动电动汽车工业的发展

(四)轻型电动车产业推动循环经济的发展

第二节中国轻型电动车发展战略

(一)轻型电动车是不容忽视的新兴产业

(二)电动车产业发展走中国特色的汽车工业发展道路

(三)电动车产业将成为中国未来能源战略的新支点

(四)电动车产业构建我国核心竞争力创新的新亮点

(五)电动车产业构建中国新型城市交通体系的重要组成部分

(六)发展电动车产业是建设社会主义新农村的重要工具

第三节电动车企业突出重围的五大战略法则

(一)电动车企业产品集中法则

(二)电动车企业区域制胜法则

(三)电动车企业市场渐进法则

(四)电动车企业市场爆破法则

(五)电动车企业品牌超越法则

第四节电动车区域市场的致胜策略

(一)起步阶段的市场的策略

(二)高速发展的市场的策略

(三)相对成熟的市场的策略

第五节电动车产业对于绿色中国的贡献分析

(一)循环能源有利实施国家安全能源战略

(二)减少有害物质排放及有利环境保护

(三)增加居民福利及有利提高人民生活水平

(四)扩大产业贡献及促进国民经济发展

第十二章中国电动自行车企业发展策略

第一节电动车企业运作全国市场的策略规划

(一)电动车企业产品差异化策略

(二)电动车企业成本领先策略

(三)电动车企业渠道优化策略

第二节电动自行车销售渠道分析

(一)电动自行车销售模式

(二)电动自行车超市销售模式探索

(三)电动自行车专卖店销售模式研究

(四)电动自行车终端四大病症诊断根治

(五)电动自行车企业渠道整合策略分析

第三节电动自行车企业发展策略分析

(一)电动自行车企业发展策略之管理

(二)电动自行车企业发展策略之产品

(三)电动自行车企业发展策略之营销

(四)电动自行车企业发展策略之品牌

第四节 电动自行车营销策略分析

(一)电动自行车的营销误区

(二)电动自行车现代营销体系的建立

(三)电动自行车促销策略分析

(四)电动自行车营销策略分析

(五)电动自行车企业文化营销策略

(六)电动自行车分段分群营销策略

第五节“蓝海战略”在电动车营销中运用

(一)蓝海战略的相关概述

(二)构建电动车蓝海战略的方法

(三)奥斯电动自行车与蓝海战略

(四)奥斯的蓝海战略与精品战略

第十三章中国电动自行车行业重点企业经营分析

第一节北京中科三环高技术股份有限公司

(一)企业基本情况

(二)公司总体经营情况分析

(三)公司总体经营情况分析

(四)公司财务指标分析

(五)企业发展战略

第二节金山开发建设股份有限公司

(一)企业基本情况

(二)公司总体经营情况分析

(三)公司总体经营情况分析

(四)公司财务指标分析

(五)企业发展战略

第三节永久股份有限公司

(一)企业基本情况

(二)公司总体经营情况分析

(三)公司总体经营情况分析

(四)公司财务指标分析

(五)企业发展战略

第四节青岛澳柯玛股份有限公司

(一)企业基本情况

(二)公司总体经营情况分析

(三)公司总体经营情况分析

(四)公司财务指标分析

(五)企业发展战略

第五节澳柯玛(沂南)新能源电动车有限公司

(一)企业基本情况

(二) 企业偿债能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(四) 企业成本费用分析

(五)企业发展策略

第六节捷安特（中国）有限公司

(一)企业基本情况

(二) 企业偿债能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(四) 捷安特品牌经营分析

第十四章2017-2022年中国电动自行车行业发展趋势

第一节走品牌之路 - 电动车发展趋势全面剖析

(一)电动车产品技术将不断创新

(二)售后服务将成为新的利润来源

(三)电动车发展需要打造优势品牌

第二节电动自行车的发展趋势

(一)电动自行车行业的发展方向

(二)电动自行车技术的发展方向

(三)中国电动车电池的发展方向

第三节2017-2022年电动自行车产品差异化发展趋势

(一)产品舒适性----以人为本

(二)产品动力性----以需为本

(三)产品安全性----以情为本

(四)产品的外观----以美为本

第四节未来电动车用电池发展趋势

(一)铅酸电池(第一代电池)终将退出

(二)镍氢电池将会发挥更大的作用

(三)镍锌电池可能是电动车理想动力源

(五)燃料电池及其技术发展状况

(四)电动车锂电池前景乐观

第十五章电动自行车投资风险与价值分析

第一节电动车行业的风险分析

(一)电动车行业的产业风险

(二)电动车行业的技术风险

(三)电动车行业的市场风险

第二节电动自行车行业的投资风险

(一)各地电动自行车政策风险不一

(二)产品质量参差不齐

(三)对升级或延伸产品、政策空缺

(四)目前的市场竞争风险

(五)现有电动自行车技术含量不高

第三节电动自行车行业投资机会分析

(一)中国电动车发展机会分析

(二)电动自行车进军农村市场

(三)电动自行车产品技术创新

(四)电动自行车开拓国外市场

(五)用绿色营销启动奥运营销

第四节摩托车企业进入电动车行业市场分析

(一)摩企进入电动车行业优劣势分析

(二)摩企进入电动车行业策略简析

第十六章2013-2016年中国电动自行车行业发展预测

第一节中国轻型电动车产业增长潜力预测

(一)预测方法和基准情景

(二)国内市场增长潜力预测

(三)国际市场出口潜力预测

第二节2013-2016年电动车行业发展展望

(一)电动车行业市场发展预期

(二)中国电动车行业发展展望

第三节电动自行车行业发展预测

(一)电动自行车市场规模预测

(二)电动自行车市场保有量预测

(三)行业电动自行车产值预测

(四)行业电动自行车销售收入预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/310907.html>