

2018-2024年中国电动自行车市场行情动态分析及 发展前景趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国电动自行车市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告》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/344380.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

报告目录:

第一章 电动自行车行业相关概述

1.1 电动自行车的概述

1.1.1 电动自行车的定义

1.1.2 电动自行车工作原理及分类

1.1.3 电动自行车基本性能

1.2 电动自行车的特征

1.2.1 电动自行车的类型

1.2.2 电动自行车的主要优点

第二章 世界电动自行车行业分析

2.1 世界电动车发展现状分析

2.1.1 电动车产能分析

2.1.2 电动车市场需求状况

2.1.3 电动车主要产品分析

2.1.4 电动汽车的成本构成及影响推广因素

2.2 国际电动自行车市场发展概况

2.2.1 国外电动自行车市场发展状况

2.2.2 国外轻型电动车产业发展的经验和教训

2.2.3 国际电动自行车发展新动向

2.2.4 全球电动车市场销量上升再度繁荣

2.3 美国电动自行车发展情况

2.3.1 美国地方政府支持市民使用电动自行车

2.3.2 美国电动自行车将瞄准警界市场

2.3.3 电动自行车成美国华盛顿旅游业新宠

2.3.4 美国电动自行车市场发展趋势分析

2.4 日本电动自行车发展情况

2.4.1 日本电动自行车市场发展情况

2.4.2 日本电动自行车管理相关条例

2.4.3 日本拟修订电动自行车标准

2.5 其他国家电动自行车发展概况

2.5.1 欧洲电动自行车发展情况

2.5.2 德国电动自行车发展情况

2.5.3 法国电动自行车发展情况

第三章 2015-2017年中国电动自行车发展环境分析

3.1 政策法规环境分析

3.1.1 中国电动自行车相关法律和标准

3.1.2 国家颁布实施《自行车安全要求》新标准

3.1.3 电动自行车国标修订批准后对产业的影响

3.1.4 中国各省市对电动自行车上路态度分析

3.2 经济发展环境分析

3.2.1 2017年中国宏观经济运行情况

3.2.2 2017年金融危机对中国经济的影响分析

3.2.3 2017年中国应对金融危机的十项措施

3.2.4 2017年宏观经济运行形势展望

3.3 技术发展环境分析

3.3.1 电动自行车技术现状及发展方向探讨

3.3.2 电动车新技术发展面临多项抉择

3.3.3 电动车行业首次承担国家级重大科研课题

3.3.4 轻型电动车多项核心世界水平

3.4 社会发展环境分析

3.4.1 2017年国内消费水平分析

3.4.2 2017年社会人口结构分析

第四章 中国电动自行车行业发展分析

4.1 电动自行车行业发展现状分析

4.1.1 中国电动自行车行业发展概述

4.1.2 2017年中国电动车行业发展预警分析

4.1.3 2017年中国电动车行业区域发展格局

4.1.4 2017年电动车零部件企业发展状况

4.1.5 2017年金融危机下的电动自行车行业

4.1.6 中国电动车产业化期待系统集成商

4.2 2017年电动自行车市场现状与特点

4.2.1 2017年中国电动车市场分析

4.2.2 2017年电动自行车市场价格战分析

4.2.3 2017年中国电动车市场淡季分析

4.2.4 2017年中国电动车产业内外销状况

4.2.5 2017年中国十大电动自行车排名

4.3 电动自行车行业竞争状况分析

4.3.1 中国电动自行车厂商竞争格局分析

4.3.2 电动自行车车聚集区域竞争优劣势

4.3.3 中国电动自行车竞争转向品牌和创新

4.3.4 电动车企业核心竞争力确立的分析

4.4 电动自行车电池市场现状

4.4.1 电动自行车发展对电池的要求分析

4.4.2 铅酸蓄电池产业的现状与发展趋势

4.4.3 电动车市场发展突显电源行业商机

4.4.4 2017年中国电动车锂电池发展状况

4.4.5 电动自行车行业实行轻型化锂电战略

4.5 电动自行车行业发展面临的问题

4.5.1 现行管理体制不适应产业的快速发展

4.5.2 四大问题困扰中国自行车行业发展

4.5.3 在道路交通法中缺乏科学合理的定位

4.5.4 中国电动自行车的发展瓶颈分析

4.6 电动自行车行业发展的对策与建议

4.6.1 加快相关国家标准的修订与制定工作

4.6.2 加快轻型电动车行业管理体制变革

4.6.3 国家加强对电动车产业政策的支持

4.6.4 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

5.1 中国电动车的行业背景分析

5.1.1 电动车发展的资源问题

5.1.2 电动车发展的环保问题

5.1.3 中国汽车产业结构问题

5.1.4 电动车目标市场分析

5.2 电动自行车行业成长有利因素

5.2.1 价格水平与城乡居民收入水平相适应

5.2.2 满足城乡居民对交通工具升级换代要求

5.2.3 电动车良好能效特征和巨大节能潜力

5.2.4 中国电动自行车发展瓶颈取得突破

5.2.5 中国电动车技术研发取得重要进展

5.3 电动自行车行业成长不利因素

5.3.1 电动车产业发展亟待行业新标准护航

5.3.2 轻型电动车呼唤发展战略和行业标准

5.3.3 电动车产业发展须迈“三道槛”

5.3.4 废旧铅酸蓄电池管理体制尚未健全

5.4 从营销理论的演变看电动车行业的发展

5.4.1 以满足市场需求为目标的4p理论

5.4.2 以追求顾客满意为目标的4c理论

5.4.3 以建立顾客忠诚为目标的4r理论

第六章 2017年中国电动自行车行业发展现状分析

6.1 2015-2017年中国电动自行车行业概况

6.1.1 2017年中国电动自行车行业发展现状

6.1.2 2017年中国电动自行车行业发展现状

6.2 2017年中国电动自行车总体运行情况

6.2.1 2015-2017年电动自行车行业企业数量统计

6.2.2 2015-2017年电动自行车行业从业人员统计

6.2.3 2015-2017年电动自行车行业产值增长情况

6.2.4 2015-2017年电动自行车行业销售产值增长情况

6.2.5 2015-2017年电动自行车行业出***货值增长情况

6.3 2015-2017年中国电动自行车行业盈利能力分析

6.3.1 2015-2017年电动自行车行业成本费用利润

6.3.2 2015-2017年电动自行车行业销售毛利率分析

6.3.3 2015-2017年电动自行车行业销售利润率分析

6.3.4 2015-2017年电动自行车行业总资产利润率分析

6.4 2015-2017年中国电动自行车行业偿债能力分析

6.5 2015-2017年电动自行车行业资产营运能力分析

6.5.1 2015-2017年电动自行车行业总资产周转率分析

6.5.2 2015-2017年电动自行车行业应收帐款净额周转率分析

6.5.3 2015-2017年电动自行车行业流动资产周转率分析

6.6 2017年中国电动自行车行业发展能力分析

6.6.1 2015-2017年中国电动自行车行业销售增长率

6.6.2 2015-2017年中国电动自行车行业利润增长率

6.6.3 2015-2017年中国电动自行车行业资产增长率

第七章 2017年中国电动自行车行业规模分析

7.1 2015-2017年电动自行车行业资产负债状况分析

7.1.1 2015-2017年电动自行车行业总资产状况分析

7.1.2 2015-2017年电动自行车行业应收帐款净额分析

7.1.3 2015-2017年电动自行车行业固定资产状况

7.1.4 2015-2017年电动自行车行业流动资产分析

7.1.5 2015-2017年电动自行车行业负债状况分析

7.2 2015-2017年电动自行车行业销售及利润分析

7.2.1 2015-2017年电动自行车行业销售收入分析

7.2.2 2015-2017年电动自行车行业产品销售税金

7.2.3 2015-2017年电动自行车行业利润增长情况

7.2.4 2015-2017年中国电动自行车行业亏损情况

7.3 2017年中国电动自行车行业成本费用分析

7.3.1 2015-2017年电动自行车行业销售成本情况

7.3.2 2015-2017年电动自行车行业销售费用情况

7.3.3 2015-2017年电动自行车行业管理费用统计

7.3.4 2015-2017年电动自行车行业财务费用统计

第八章 2017年中国电动自行车产量分析

8.1 2017年中国自行车产量分析

8.1.1 2017年中国自行车产量总体分析

8.1.2 2017年中国主要区域自行车产量分析

8.2 2017年中国电动自行车产量分析

8.2.1 2017年中国电动自行车产量情况

8.2.2 2017年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

9.1 苏州地区电动自行车市场情况

9.1.1 苏州市区电动车市场分析

9.1.2 吴江电动车市场分析

9.1.3 昆山电动车市场分析

9.1.4 常熟电动车市场分析

9.1.5 张家港电动车市场分析

9.2 杭州地区电动自行车市场情况

9.2.1 杭州市区电动车市场分析

9.2.2 临安电动车市场分析

9.2.3 富阳电动车市场分析

9.2.4 桐庐电动车市场分析

9.2.5 建德电动车市场分析

9.2.6 淳安电动车市场概况

9.3 无锡、常州地区电动车市场情况

9.3.1 无锡市区电动车市场分析

9.3.2 江阴电动车市场分析

9.3.3 宜兴电动车市场分析

9.3.4 常州市区电动车市场分析

9.3.5 金坛电动车市场分析

9.3.6 溧阳电动车市场分析

9.4 宁波地区电动车市场情况

9.4.1 宁波市区电动车市场分析

9.4.2 慈溪电动车市场分析

9.4.3 余姚电动车市场分析

9.4.4 宁海电动车市场分析

9.4.5 象山电动车市场分析

9.5 太原地区电动车市场综述

9.5.1 太原市区电动车市场分析

9.5.2 万柏林电动车市场分析

9.5.3 古交电动车市场分析

9.5.4 清徐电动车市场分析

9.5.5 小店电动车市场分析

9.6 洛阳地区电动车市场综述

9.6.1 洛阳市区电动车市场分析

9.6.2 孟津电动车市场分析

9.6.3 宜阳电动车市场分析

9.6.4 汝阳电动车市场分析

9.6.5 偃师电动车市场分析

9.7 大同市电动车市场综述

9.7.1 大同县电动车市场分析

9.7.2 阳高电动车市场分析

9.7.3 天镇电动车市场分析

9.7.4 浑源电动车市场分析

9.7.5 广灵电动车市场分析

9.7.6 灵丘电动车市场分析

9.8 其他地区电动自行车分析

9.8.1 深圳电动自行车产业优势分析

9.8.2 赣州电动自行车销售市场火爆

9.8.3 2017年山东电动车销售量分析

9.8.4 2017年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

10.1 中国电动自行车消费整体状况分析

10.1.1 中国电动自行车市场消费特点分析

10.1.2 电动自行车主要区域消费特点分析

10.2 中国电动自行车产品品牌消费分析

10.2.1 中国电动自行车产品品牌消费情况

10.2.2 电动自行车品牌地域分布特征分析

10.2.3 市场主要品牌的表现与理想品牌仍有差距

10.3 电动自行车产品使用和满意度分析

10.3.1 产品规格和价格偏好

10.3.2 产品使用习惯特征分析

10.3.3 产品满意度分析

10.4 电动自行车消费者需求与购买行为分析

10.4.1 电动自行车与其他交通工具的替代情况

10.4.2 产品特性需求偏好

10.4.3 产品价格接受区间

10.4.4 消费者心理需求差异

10.4.5 产品的信息渠道与购买

10.5 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

11.1 轻型电动车产业健康成长的战略选择

11.1.1 轻型电动车产业推进能源消费结构的调整

11.1.2 轻型电动车产业推进城市交通模式的优化

11.1.3 轻型电动车产业推动电动汽车工业的发展

11.1.4 轻型电动车产业推动循环经济的发展

11.2 中国轻型电动车发展战略

11.2.1 轻型电动车是不容忽视的新兴产业

11.2.2 电动车产业发展走中国特色的汽车工业发展道路

11.2.3 电动车产业将成为中国未来能源战略的新支点

11.2.4 电动车产业构建我国核心竞争力创新的新亮点

11.2.5 电动车产业构建中国新型城市交通体系的重要组成部分

11.2.6 发展电动车产业是建设社会主义新农村的重要工具

11.3 电动车企业突出重围的五大战略法则

11.3.1 电动车企业产品集中法则

11.3.2 电动车企业区域制胜法则

11.3.3 电动车企业市场渐进法则

11.3.4 电动车企业市场法则

11.3.5 电动车企业品牌超越法则

11.4 电动车区域市场的致胜策略

11.4.1 起步阶段的市场的策略

11.4.2 高速发展的市场的策略

11.4.3 相对成熟的市场的策略

11.5 电动车产业对于绿色中国的贡献分析

11.5.1 循环能源有利实施国家安全能源战略

11.5.2 减少有害物质排放及有利环境保护

11.5.3 增加居民福利及有利提高人民生活水平

11.5.4 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

12.1 电动车企业运作全国市场的策略规划

12.1.1 电动车企业产品差异化策略

12.1.2 电动车企业成本领先策略

12.1.3 电动车企业渠道优化策略

12.2 电动自行车销售渠道分析

12.2.1 电动自行车销售模式

12.2.2 电动自行车超市销售模式探索

12.2.3 电动自行车专卖店销售模式研究

12.2.4 电动自行车终端四大病症诊断***

12.2.5 电动自行车企业渠道整合策略分析

12.3 电动自行车企业发展策略分析

12.3.1 电动自行车企业发展策略之管理

12.3.2 电动自行车企业发展策略之产品

12.3.3 电动自行车企业发展策略之营销

12.3.4 电动自行车企业发展策略之品牌

12.4 电动自行车营销策略分析

12.4.1 电动自行车的营销误区

12.4.2 电动自行车现代营销体系的建立

12.4.3 电动自行车促销策略分析

12.4.4 电动自行车营销策略分析

12.4.5 电动自行车企业文化营销策略

12.4.6 电动自行车分段分群营销策略

12.5 “蓝海战略”在电动车营销中运用

12.5.1 蓝海战略的相关概述

12.5.2 构建电动车蓝海战略的方法

12.5.3 奥斯电动自行车与蓝海战略

12.5.4 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

13.1 北京中科三环高技术股份有限公司

13.1.1 企业发展简况分析

13.1.2 企业经营情况分析

13.1.3 企业经营优劣势分析

13.2 金山开发建设股份有限公司

13.2.1 企业发展简况分析

13.2.2 企业经营情况分析

13.2.3 企业经营优劣势分析

13.3 中路股份有限公司

13.3.1 企业发展简况分析

13.3.2 企业经营情况分析

13.3.3 企业经营优劣势分析

13.4 青岛澳柯玛股份有限公司

13.4.1 企业发展简况分析

13.4.2 企业经营情况分析

13.4.3 企业经营优劣势分析

13.5 澳柯玛(沂南)新能源电动车有限公司

13.5.1 企业发展简况分析

13.5.2 企业经营情况分析

13.5.3 企业经营优劣势分析

13.6 捷安特(中国)有限公司

13.6.1 企业发展简况分析

13.6.2 企业经营情况分析

13.6.3 企业经营优劣势分析

13.7 捷安特电动车(昆山)有限公司

13.7.1 企业发展简况分析

13.7.2 企业经营情况分析

13.7.3 企业经营优劣势分析

13.8 荣轮科技(深圳)有限公司

13.8.1 企业发展简况分析

13.8.2企业经营情况分析

13.8.3企业经营优劣势分析

13.9 重庆东本工业有限责任公司

13.9.1 企业发展简况分析

13.9.2企业经营情况分析

13.9.3企业经营优劣势分析

13.10 新锦大实业(深圳)有限公司

13.10.1 企业发展简况分析

13.10.2企业经营情况分析

13.10.3企业经营优劣势分析

第十四章 中国电动自行车行业发展趋势

14.1 走品牌之路 - 电动车发展趋势全面剖析

14.1.1 电动车产品技术将不断创新

14.1.2 售后服务将成为新的利润来源

14.1.3 电动车发展需要打造优势品牌

14.2 电动自行车的发展趋势

14.2.1 电动自行车行业的发展方向

14.2.2 电动自行车技术的发展方向

14.2.3 中国电动车电池的发展方向

14.3 电动自行车产品差异化发展趋势

14.3.1 产品舒适性----以人为本

14.3.2 产品动力性----以需为本

14.3.3 产品安全性----以情为本

14.3.4 产品的外观----以美为本

14.4 未来电动车用电池发展趋势

14.4.1 铅酸电池(第一代电池)终将退出

14.4.2 镍氢电池将会发挥更大的作用

14.4.3 镍锌电池可能是电动车理想动力源

14.4.5 燃料电池及其技术发展状况

14.4.4 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

15.1 电动车行业的风险分析

15.1.1 电动车行业的产业风险

15.1.2 电动车行业的技术风险

15.1.3 电动车行业的市场风险

15.2 电动自行车行业的投资风险

15.2.1 各地电动自行车政策风险不一

15.2.2 产品质量参差不齐

15.2.3 对升级或延伸产品、政策空缺

15.2.4 目前的市场竞争风险

15.2.5 现有电动自行车技术含量不高

15.3 电动自行车行业投资机会分析

15.3.1 中国电动车发展机会分析

15.3.2 电动自行车进军农村市场

15.3.3 电动自行车产品技术创新

15.3.4 电动自行车开拓国外市场

15.3.5 用绿色营销启动奥运营销

15.4 摩托车企业进入电动车行业市场分析

15.4.1 摩企进入电动车行业优劣势分析

15.4.2 摩企进入电动车行业策略简析

第十六章 2018-2024年中国电动自行车行业发展预测（AK LT）

16.1 中国轻型电动车产业增长潜力预测

16.1.1 预测方法和基准情景

16.1.2 国内市场增长潜力预测

16.1.3 国际市场出口潜力预测

16.2 2017年电行业发展展望

16.2.1 2017年电动车行业市场发展预期

16.2.2 2017年我电动车行业发展展望

16.3 电动自行车行业发展预测

16.3.1 2017年电动自行车市场规模预测

16.3.2 2017年电动自行车市场保有量预测

16.3.3 2018-2024年行业电动自行车产值预测

16.3.4 2018-2024年行业电动自行车销售收入预测

图表目录：

图表 1 2013-2017年工业增加值月度同比增长率（%）

图表 2 2013-2017年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 3 2013-2017年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表 4 2013-2017年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 5 2017年居民消费价格主要数据

图表 6 2013-2017年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 7 2013-2017年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表 8 2013-2017年货币供应量月度同比增长率（%）

图表 9 2017年全国电动车辆(电动叉车)产量分省市统计表

图表 10 2013-2017年我国电动自行车行业规模企业个数

图表 11 2013-2017年我国电动自行车行业从业人员

图表 12 2013-2017年我国电动自行车行业工业销售产值及增长情况

图表 13 2013-2017年我国电动自行车行业工业销售产值及增长对比

图表 14 2013-2017年我国电动自行车行业出口1交货值及增长情况

图表 15 2013-2017年我国电动自行车行业出口1交货值及增长对比

图表 16 2013-2017年我国电动自行车行业成本费用利润率及增长情

图表 17 2013-2017年我国电动自行车行业销售毛利率

图表 18 2013-2017年我国电动自行车行业销售利润率

图表 19 2013-2017年我国电动自行车行业总资产利润率

图表 20 2013-2017年我国电动自行车行业资产负债率

图表 21 2013-2017年我国电动自行车行业总资产周转率

图表 22 2013-2017年我国电动自行车行业应收帐款周转率

图表 23 2013-2017年我国电动自行车行业流动资产周转率

图表 24 2013-2017年我国电动自行车行业销售收入及增长对比

图表 25 2013-2017年我国电动自行车行业利润总额及增长情况

图表 26 2013-2017年我国电动自行车行业资产合计及增长情况

图表 27 2013-2017年我国电动自行车行业资产合计及增长对比

图表 28 2013-2017年我国电动自行车行业应收帐款净额及增长情况

图表 29 2013-2017年我国电动自行车行业应收帐款净额及增长对比

图表 30 2013-2017年我国电动自行车行业固定资产及增长情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/344380.html>