

2017-2022年中国电动物流车行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电动物流车行业市场研究及发展前景预测报告》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/297104.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

电动物流车是车载电源为动力的运送与储存物料单元移动集装设备。又名电动车物流车、电动物流转运车、电动货物周转车。

根据电机驱动原理，电动物流车还可以分为直流电动驱动车和变频电动物流车两种。全国具备电动物流车制造能力的电动车企业多达1600余家，但完全拥有交流变频电动技术的企业，只有深圳市陆地方舟电动车有限公司一家，其性能和核心技术都处于全球领先地位。陆地方舟的电动物流车以其峰值功率大、过载能力强、行驶平稳、结构紧凑、小型轻巧、免维护等优点，得到了市场的充分认可。

为了操作便利，陆地方舟电动物流车还在车轮的车轮设计上弃了传统的四轮设计，大胆采用了三轮摩托车的设计原理，后轮为两只定向轮，前轮为万向轮以确保车辆的灵活转动。载重能力高达1000Kg至1200Kg的车载平板在运输中，一方面对物料的安全起到保护作用，另一方面不会使已分拣配备好的产品导致杂乱，装卸十分省力。

系统原理编辑

交流变频电动观光车和普通直流电动观光车的驱动系统原理对比：

（1）普通直流电动物流车驱动系统原理：

（2）交流变频电动物流车驱动系统原理

（以深圳陆地方舟电动车有限公司的交流变频电动物流车为例）：

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 电动物流车行业报告摘要

1.1 电动物流车行业报告研究范围

1.1.1 电动物流车行业专业名词解释

1.1.2 电动物流车行业研究范围界定

1.1.3 电动物流车行业分析框架简介

1.1.4 电动物流车行业分析工具介绍

1.1.5 电动物流车行业研究机构

1.2 电动物流车行业报告研究摘要

- 1.2.1 电动物流车行业发展现状分析
- 1.2.2 电动物流车行业市场规模分析
- 1.2.3 电动物流车行业发展趋势预测
- 1.2.4 电动物流车行业投资前景展望
- 1.2.5 电动物流车行业投资建议

第二章 电动物流车行业概述

- 2.1 电动物流车行业基本概述
 - 2.1.1 电动物流车行业基本定义
 - 2.1.2 电动物流车行业主要分类
 - 2.1.3 电动物流车行业市场特点
- 2.2 电动物流车行业商业模式
 - 2.2.1 电动物流车行业商业模式
 - 2.2.2 电动物流车行业盈利模式
 - 2.2.3 电动物流车行业互联网+模式
- 2.3 电动物流车行业产业链
 - 2.3.1 电动物流车行业产业链简介
 - 2.3.2 电动物流车行业上游供应分布
 - 2.3.3 电动物流车行业下游需求领域
- 2.4 电动物流车行业发展特性
 - 2.4.1 电动物流车行业季节性
 - 2.4.2 电动物流车行业区域性
 - 2.4.3 电动物流车行业周期性

第三章 中国电动物流车行业发展环境分析

- 3.1 电动物流车行业政策环境分析
 - 3.1.1 行业主管部门及监管体制
 - 3.1.2 行业主要协会及咨询
 - 3.1.3 主要产业政策及主要法规
- 3.2 电动物流车行业经济环境分析
 - 3.2.1 2014-2016年宏观经济分析

2015年，我国国民经济稳定增长。初步核算，全年国内生产总值676708亿元，比上年增长6.9%。其中，第一产业增加值60863亿元，增长3.9%；第二产业增加值274278亿元，增长6.0%；第三产业增加值341567亿元，增长8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为9.0%，第二产业增加值比重为40.5%，第三产业增加值比重为50.5%，首次突破50%。20

15年以来，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力加大的困难局面，稳中求进成为2015年的工作总基调，中国进入以提高质量效益为中心，调整产业结构，深化改革开放的发展阶段。

2011- 2016年中国国内生产总值及其增长速度

3.2.2 2017-2022年宏观经济形势

3.2.3 宏观经济波动对行业影响

3.3 电动物流车行业社会环境分析

3.3.1 中国人口及就业环境分析

3.3.2 中国居民人均可支配收入

3.3.3 中国消费者消费习惯调查

3.4 电动物流车行业技术环境分析

3.4.1 行业的主要应用技术分析

3.4.2 行业信息化应用发展水平

3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章 国际电动物流车行业发展经验借鉴

4.1 美国电动物流车行业发展经验借鉴

4.1.1 美国电动物流车行业发展历程分析

4.1.2 美国电动物流车行业运营模式分析

4.1.3 美国电动物流车行业发展趋势预测

4.1.4 美国电动物流车行业对我国的启示

4.2 英国电动物流车行业发展经验借鉴

4.2.1 英国电动物流车行业发展历程分析

4.2.2 英国电动物流车行业运营模式分析

4.2.3 英国电动物流车行业发展趋势预测

4.2.4 英国电动物流车行业对我国的启示

4.3 日本电动物流车行业发展经验借鉴

4.3.1 日本电动物流车行业发展历程分析

4.3.2 日本电动物流车行业运营模式分析

4.3.3 日本电动物流车行业发展趋势预测

4.3.4 日本电动物流车行业对我国的启示

4.4 韩国电动物流车行业发展经验借鉴

4.4.1 韩国电动物流车行业发展历程分析

4.4.2 韩国电动物流车行业运营模式分析

4.4.3 韩国电动物流车行业发展趋势预测

4.4.4 韩国电动物流车行业对我国的启示

第五章 中国电动物流车行业发展现状分析

5.1 中国电动物流车行业发展概况分析

5.1.1 中国电动物流车行业发展历程分析

5.1.2 中国电动物流车行业发展总体概况

5.1.3 中国电动物流车行业发展特点分析

5.2 中国电动物流车行业发展现状分析

5.2.1 中国电动物流车行业市场规模

5.2.2 中国电动物流车行业发展分析

5.2.3 中国电动物流车企业发展分析

5.3 2017-2022年中国电动物流车行业面临的困境及对策

5.3.1 中国电动物流车行业面临的困境及对策

1、中国电动物流车行业面临困境

2、中国电动物流车行业对策探讨

5.3.2 中国电动物流车企业发展困境及策略分析

1、中国电动物流车企业面临的困境

2、中国电动物流车企业的对策探讨

5.3.3 国内电动物流车企业的出路分析

第六章 中国互联网+电动物流车行业发展现状及前景

6.1 中国互联网+电动物流车行业市场发展阶段分析

6.1.1 互联网+电动物流车行业发展阶段的研究

6.1.2 互联网+电动物流车行业细分阶段的分析

6.2 互联网给电动物流车行业带来的冲击和变革分析

6.2.1 互联网时代电动物流车行业大环境变化分析

6.2.2 互联网给电动物流车行业带来的突破机遇分析

6.2.3 互联网给电动物流车行业带来的挑战分析

6.2.4 互联网+电动物流车行业融合创新机会分析

6.3 中国互联网+电动物流车行业市场发展现状分析

6.3.1 中国互联网+电动物流车行业投资布局分析

1、中国互联网+电动物流车行业投资切入方式

2、中国互联网+电动物流车行业投资规模分析

3、中国互联网+电动物流车行业投资业务布局

6.3.2 电动物流车行业目标客户互联网渗透率分析

6.3.3 中国互联网+电动物流车行业市场规模分析

6.3.4 中国互联网+电动物流车行业竞争格局分析

1、中国互联网+电动物流车行业参与者结构

2、中国互联网+电动物流车行业竞争者类型

3、中国互联网+电动物流车行业市场占有率

6.4 中国互联网+电动物流车行业市场前景分析

6.4.1 中国互联网+电动物流车行业市场增长动力分析

6.4.2 中国互联网+电动物流车行业市场发展瓶颈剖析

6.4.3 中国互联网+电动物流车行业市场发展趋势分析

第七章 中国电动物流车行业运行指标分析

7.1 中国电动物流车行业市场规模分析及预测

7.1.1 2014-2016年中国电动物流车行业市场规模分析

7.1.2 2017-2022年中国电动物流车行业市场规模预测

7.2 中国电动物流车行业市场供需分析及预测

7.2.1 中国电动物流车行业市场供给分析

1、2014-2016年中国电动物流车行业供给规模分析

2、2017-2022年中国电动物流车行业供给规模预测

7.2.2 中国电动物流车行业市场需求分析

1、2014-2016年中国电动物流车行业需求规模分析

2、2017-2022年中国电动物流车行业需求规模预测

7.3 中国电动物流车行业企业数量分析

7.3.1 2014-2016年中国电动物流车行业企业数量情况

7.3.2 2014-2016年中国电动物流车行业企业竞争结构

7.4 2014-2016年中国电动物流车行业财务指标总体分析

7.4.1 行业盈利能力分析

7.4.2 行业偿债能力分析

7.4.3 行业营运能力分析

7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国电动物流车行业应用领域分析

8.1 中国电动物流车行业应用领域概况

8.1.1 行业主要应用领域

8.1.2 行业应用结构分析

8.1.3 应用发展趋势分析

8.2 应用领域一

8.2.1 市场发展现状概述

8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国电动物流车行业竞争格局分析

9.1 电动物流车行业竞争五力分析

9.1.1 电动物流车行业上游议价能力

9.1.2 电动物流车行业下游议价能力

9.1.3 电动物流车行业新进入者威胁

9.1.4 电动物流车行业替代产品威胁

9.1.5 电动物流车行业内部企业竞争

9.2 电动物流车行业竞争SWOT分析

9.2.1 电动物流车行业优势分析（S）

9.2.2 电动物流车行业劣势分析（W）

9.2.3 电动物流车行业机会分析（O）

9.2.4 电动物流车行业威胁分析（T）

9.3 电动物流车行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国电动物流车行业竞争企业分析

10.1 A公司竞争力分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

10.2 B公司竞争力分析

（1）企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 10.3 C公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 10.4 D公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析

第十一章 中国电动物流车行业经典案例分析

- 11.1 经典案例一
 - 11.1.1 基本信息分析
 - 11.1.2 经营情况分析
 - 11.1.3 产品/服务分析
 - 11.1.4 商业模式分析
 - 11.1.5 点评
- 11.2 经典案例二
 - 11.2.1 基本信息分析
 - 11.2.2 经营情况分析
 - 11.2.3 产品/服务分析
 - 11.2.4 商业模式分析
 - 11.2.5 点评
- 11.3 经典案例三
 - 11.3.1 基本信息分析
 - 11.3.2 经营情况分析
 - 11.3.3 产品/服务分析
 - 11.3.4 商业模式分析
 - 11.3.5 点评

第十二章 2017-2022年中国电动物流车行业发展前景及趋势预测

- 12.1 2017-2022年中国电动物流车市场发展前景
 - 12.1.1 2017-2022年电动物流车市场发展潜力
 - 12.1.2 2017-2022年电动物流车市场前景展望

12.1.3 2017-2022年电动物流车细分行业发展前景分析

12.2 2017-2022年中国电动物流车市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2022年电动物流车行业发展趋势

12.2.2 2017-2022年电动物流车行业应用趋势预测

12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2022年中国电动物流车市场影响因素分析

12.3.1 2017-2022年电动物流车行业发展有利因素

12.3.2 2017-2022年电动物流车行业发展不利因素

12.3.3 2017-2022年电动物流车行业进入壁垒分析

第十三章 2017-2022年中国电动物流车行业投资机会分析

13.1 电动物流车行业投资现状分析

13.1.1 电动物流车行业投资规模分析

13.1.2 电动物流车行业投资资金来源构成

13.1.3 电动物流车行业投资项目建设分析

13.1.4 电动物流车行业投资资金用途分析

13.1.5 电动物流车行业投资主体构成分析

13.2 电动物流车行业投资机会分析

13.2.1 电动物流车行业产业链投资机会

13.2.2 电动物流车行业细分市场投资机会

13.2.3 电动物流车行业重点区域投资机会

13.2.4 电动物流车行业产业发展的空白点分析

第十四章 2017-2022年中国电动物流车行业投资风险预警

14.1 电动物流车行业风险识别方法分析

14.1.1 专家调查法

14.1.2 故障树分析法

14.1.3 敏感性分析法

14.1.4 情景分析法

14.1.5 核对表法

14.1.6 主要依据

14.2 电动物流车行业风险评估方法分析

14.2.1 敏感性分析法

14.2.2 项目风险概率估算方法

14.2.3 决策树

14.2.4 专家决策法

14.2.5 层次分析法

14.2.6 对比及选择

14.3 电动物流车行业投资风险预警

14.3.1 2017-2022年电动物流车行业市场风险预测

14.3.2 2017-2022年电动物流车行业政策风险预测

14.3.3 2017-2022年电动物流车行业经营风险预测

14.3.4 2017-2022年电动物流车行业技术风险预测

14.3.5 2017-2022年电动物流车行业竞争风险预测

14.3.6 2017-2022年电动物流车行业其他风险预测

第十五章 2017-2022年中国电动物流车行业投资策略建议

15.1 提高电动物流车企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国电动物流车企业核心竞争力的对策

15.1.2 电动物流车企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响电动物流车企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高电动物流车企业竞争力的策略

15.2 对我国电动物流车品牌的战略思考

15.2.1 电动物流车品牌的重要性

15.2.2 电动物流车实施品牌战略的意义

15.2.3 电动物流车企业品牌的现状分析

15.2.4 我国电动物流车企业的品牌战略

15.2.5 电动物流车品牌战略管理的策略

15.3 电动物流车行业建议

15.3.1 行业发展策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：电动物流车产业链分析

图表：电动物流车上游供应分布

图表：电动物流车下游需求领域

图表：电动物流车行业生命周期

图表：2014-2016年电动物流车行业市场规模分析

图表：2017-2022年电动物流车行业市场规模预测

图表：2014-2016年中国电动物流车行业供给规模分析

图表：2017-2022年中国电动物流车行业供给规模预测

图表：2014-2016年中国电动物流车行业需求规模分析

图表：2017-2022年中国电动物流车行业需求规模预测

图表：2014-2016年中国电动物流车行业企业数量情况

图表：2014-2016年中国电动物流车行业企业竞争结构

图表：2004-2016年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度

图表：2004-2016年固定资产投资及其增长速度

图表：2004-2016年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2016年人口数及其构成

图表：2004-2016年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2016年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国电动物流车行业投资风险分析

图表：中国电动物流车行业投资建议

图表：中国电动物流车行业发展趋势预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/297104.html>