

2020年中国自行车行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国自行车行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/341281341281.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、中国自行车行业发展特点

由于汽车、摩托车的出现，自行车在人们出行的选择排位不断后退，加上近年来我国自行车市场萎靡不振，许多人认为中国自行车行业是夕阳产业，不久的将来将会消亡。

但是笔者认为，“消亡”一词可能太过，当前我国自行车行业的确存在较大的困难和挑战，总体特点如下：

1、自行车产量虽大，但价格低

众所周知，我国自行车产量大，但是由于自行车企业不思进取，对于研发的投入积极性低，导致我国自行车产品质量没有随着科技进步提高，一直原地踏步，这样体现在我国自行车出口单价上，虽然出口量大，但是我国自行车出口单价一直处于低位。量大价低的现象一直伴随着我国自行车行业的发展，这也导致我国自行车行业的总体盈利水平低下，不利于行业的健康发展。

2、国内市场竞争激烈，企业国际竞争力低

过去我国拥有全球最多的人口，对于自行车的需求相对较大，而现在自行车的需求量走低，之前发展过快的企业突然遭受“急刹车”，许多自行车企业，尤其是中小规模企业被淘汰，仅存的大厂如“永久”、“凤凰”、“飞哥”吃老本，利润水平低，没有资本进行新产品研发，进入恶性循环，导致我国自行车行业技术水平低下，人口红利的逐渐消退让中国自行车企业在价格上的优势也逐渐减弱，国内企业的竞争力迅速下降。

3、共享单车让自行车行业反抽，潮水退后，一切复原

2016年到2018年间，我国爆发了一股共享单车热潮，让许多自行车厂商订单大幅提高，但是2年之后，共享单车浪潮消退后，这些自行车厂商又成为半死不活的状态，可见我国自行车企业还是没有改变经营思想，这样只会让我国自行车行业加快衰退。笔者认为我国自行车企业应该多参考国外捷安特，美利达等自行车企业的发展模式，大力投入力量进行产品升级，因为随着消费升级，国内自行车喜爱者将会越来越多，对于高端自行车的需求也会提高。

二、中国自行车行业供应情况分析

我国是自行车生产大国，近年来随着国民经济的发展，人民生活水平的提高，国内自行车市场萎靡，多重因素叠加让我国自行车产量处于下降状态，在2014-2016年间，我国自行车产量呈现下滑态势，2016年由于共享单车市场的爆发，自行车产量有所回升。根据国家统计局数据，2018年我国两轮脚踏自行车产量为7318.4万辆，同比增长3%左右。

2014-2018年中国两轮脚踏自行车产量

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

三、中国自行车行业需求情况分析

我国不仅是全球自行车生产大国，也是全球自行车出口大国，每年我国自行车出口

量占产量的78%以上，在2016年我国自行车出口占比为87.03%，是近5年最高。

2014-2018年中国自行车市场结构

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理（FSW）

四、中国自行车行业出口情况分析

中国是人口大国，同样也是自行车生产王国。据自行车市场分析调查报告不完全统计，78%的中国家庭拥有自行车，中国拥有自行车的总数达4.5亿辆。虽有如此大的产品基数，中国内地依旧没有自己的知名自行车品牌和新产品的开发能力，导致自行车产业升级缓慢。

我国是名副其实的的自行车制造大国。近年来，我国自行车产量一直在5000-6000万辆左右波动，变化不大，其中约2/3左右的自行车都是用于出口。

2012-2018年我国自行车产量走势

资料来源：观研天下数据中心整理

2012-2018年我国自行车出口量走势

资料来源：中国海关，观研天下数据中心整理

尽管产量高，出口大，但是我国自行车出口产品结构仍然不是很合理，高端的竞赛型自行车占自行车出口数量的比重仍然较低。我国自行车出口长期存在低档产品为主、中档产品为辅、高档产品稀少的结构状况。日本、美国和欧洲部分制造业发达的国家逐步退出了中低档自行车的研发，我国自行车占领这些国家的优势依靠的是低成本扩张而非技术优势，大量低档产品覆盖了国际市场，而高端产品依旧是弱势，高端产品依然由日本、美国和德国等国的品牌牢牢占据。

2012-2018年我国自行车出口单价走势

资料来源：中国海关，观研天下数据中心整理

据调查，目前我国500元以上的自行车生产基本上不能做到完全自主，尤其是变速器这个零部件，基本依赖进口，通常都用日本禧玛诺变速器，更贵的则用美国联速变速器。一方面我国变速器的品牌实力不行，超过500元的自行车没人愿用国产变速器，不然卖不上价；另一方面，像日本禧玛诺变速器在精度和使用寿命等多方面确实比国产的强，我国企业目前还难以达到那个工艺水平。

据了解，天津是我国自行车产业的发达地区，该地区出口自行车的平均单价约是60美元，而欧洲自行车单价在100-300欧元之间，美国则为200美元左右。

五、中国自行车行业发展环境探析

1、政治环境

自行车制造作为我国轻工业的一环，在“中国制造2025”中得到了重视，随着“智能制造”的提出，自行车制造的产品线升级更是得到了资本市场的青睐。2016年，李克强总理造访了飞鸽自行车厂。同年汪洋副总理也视察了天津飞鸽和上海凤凰，在调研中强调绿色环保出行，提升民族品牌创新和竞争力。

在政策和国家领导人的重视下，我国自行车制造行业必然迎来新的发展篇章。品牌全球化、材质环保科技化、产品智能化将是自行车未来的发展道路，这也是当前政策的期望结果。因此，国内的自行车制造企业要迎合国家政策的期望，将自主的民族品牌不断发扬光大，紧紧围绕“绿色出行、科技引领、品牌强国”这一目标，打造智能、绿色可循环的现代化自行车健康产业。同时，不断加强中国自主品牌在海外的核心竞争能力，从自行车制造大国转变为自行车制造强国。相信，在政策的鼓励下和国内企业的创新能力加强下，自行车行业将会迎来一个新的发展阶段。

2、经济环境

近年来，我国自行车产业遭受到了较大的打击，大量的品牌实体店倒闭，行业的企业大多数都没有盈利。即使像“捷安特”、“美利达”这样的国际巨头也受到了自行车寒冬的影响。虽然国内自行车企业在2017-2018年有共享单车这一概念“续命”，但是随着时间的推移，传统自行车产业仍旧无法复兴。

但是随着国内中产阶级的崛起、体育产业的发展，自行车产业将迎来新的变化需求。近年来我国中产阶级数量在不断提升，2018年约为3.13亿人。中产阶级人数的提升，代表了国内消费升级。国家实行的供给侧结构性改革，正是迎合这样的发展趋势。自行车制造产业同样如此，想要在未来的市场中立足，就必须强化自身的产品线，重视研发和自主创新，另外，不断提升产品品牌和口碑，才能在消费升级的时代最终赢得市场。

2014-2018年我国中产阶级人数规模

资料来源：观研天下数据中心整理

另外，体育产业也是促进自行车产业升级的一大动力。2018年我国体育产业规模超过2.3万亿元。从前，自行车运动主要集中在欧洲和北美，但是近年来，随着中国经济的发展，以及体育产业的不断增长，一些高端的运动自行车在国内的市场在不断扩大。消费的转移，高端自行车还有很大的市场开发潜力。传统自行车产业想要得到发展，转型升级将是必要的趋势。

2014-2018年我国体育产业规模

资料来源：观研天下数据中心整理

3、社会环境

中国社会最为突出的一点就是人口基数大。庞大的人口基数和居民消费能力的提升和高端自行车产品的渗透率低等几大因素，是未来自行车制造行业主要的突破方向。从市场来看，我国居民对于传统自行车的消费越来越减弱，包括购买渠道和产品类型。随着自行车实体店的“闭店潮”以及线上自行车销售的崛起，证明了我国居民的消费模式有了较大的改变。其实实体店的倒闭与线上销售的增长并无太大的关系，而是这些实体店没有及时通过转型来获得市场的收益。真正符合消费者的销售需求，是通过线上和线下结合的方式，传统的实体店，如果能及时开辟线上渠道，通过“线上购买、线下体验”的方式，才能在当前的背景下求得更好的发展。

4、技术环境

“中国制造2025”、“互联网+”等概念的提出，是中国为了实现智能制造升级和制造业弯道超车提出的目标。纵观我国的企业现状，大多还提留在工业2.0甚至是1.0的时代。我国传统的自行车制造企业如果不能及时通过创新的发展，无法将个性化定制、柔性生产和快速反应生产深入到工厂的生产之中，那么中国的自行车制造竞争力仍将无法提升。在国内经济实现转型的大好契机，自行车企业要将企业自身实际状况考虑在内，踏踏实实迈向“工业4.0”，实现技术和产品的全面升级。（lpeng）

六、中国自行车行业市场机会分析

近年来，火热的共享单车市场带动了日渐式微的传统自行车行业的发展，我国的传统自行车行业在共享单车行业巨大的需求带动下，经历了一个爆发式的增长。但自从2018年以来，共享单车产业的资本游戏的逐渐退场，我国的传统自行车行业面临一地鸡毛的窘境，大量的应收账款以及订单生产产品所面临的违约问题，无时无刻在敲打着这个风雨飘摇的行业。

传统自行车在日渐式微的时候，电动自行车产业的发展却如火如荼的发展，国内的电动自行车企业在国内开疆拓土的同时，大举进军国际市场，以雅迪等为代表的电动自行车企业在国外市场取得了辉煌的战绩。电动自行车成为我国自行车行业发展的未来趋势。

目前，我国约有2.3亿左右共享单车注册用户，从2014年以来，共享单车用户数量快速增长，说明国内对于短距离出行的交通工具的需求量较大。

2014-2018年我国共享单车注册用户量

数据来源：观研天下数据中心整理

从我国共享单车用户的使用频率来看，58.4%的用户每周的使用频率在5次以上，尤其是在15次以上的消费者占到了13.3%，说明我国居民对短距离出行工具依赖程度较高。

2018年我国共享单车用户的使用频率

数据来源：观研天下数据中心整理

从我国居民短距离出行所选乘的交通工具来看，小汽车、公交车占比达到60%以上，自行车出行的占比也达到了13.3%，自行车出行仍然占有较大的比重。

2018年我国居民短距离出行所选乘的交通工具分布

数据来源：观研天下数据中心整理

从我国的自行车消费者的收入来看，40%的消费者的收入达到了5001-7000元/月，3000元以上的消费者占比达到了98%，对于电动自行车的购买能力较强。

我国自行车消费者的收入分布

数据来源：观研天下数据中心整理

在解决最后一公里出行方面，电动自行车有着天然的优势，随着材料的进步以及电力电池技术的发展，电动自行车逐渐的被我国消费者所认可，电动自行车的渗透率逐步提升，2019年我国出台新的电动自行车国家标准，新的标准规范了电动自行车行业的发展，也

将为我国的自行车行业的发展带来新的机遇。

2014-2018年我国电动自行车渗透率

数据来源：观研天下数据中心整理

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2018年中国自行车行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国自行车行业发展概述

第一节 自行车行业发展情况概述

- 一、自行车行业相关定义
- 二、自行车行业基本情况介绍
- 三、自行车行业发展特点分析

第二节 中国自行车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、自行车行业产业链条分析

三、中国自行车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国自行车行业生命周期分析

一、自行车行业生命周期理论概述

二、自行车行业所属的生命周期分析

第四节 自行车行业经济指标分析

一、自行车行业的赢利性分析

二、自行车行业的经济周期分析

三、自行车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国自行车行业进入壁垒分析

一、自行车行业资金壁垒分析

二、自行车行业技术壁垒分析

三、自行车行业人才壁垒分析

四、自行车行业品牌壁垒分析

五、自行车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球自行车行业市场发展现状分析

第一节 全球自行车行业发展历程回顾

第二节 全球自行车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲自行车行业地区市场分析

一、亚洲自行车行业市场现状分析

二、亚洲自行车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲自行车行业市场前景分析

第四节 北美自行车行业地区市场分析

一、北美自行车行业市场现状分析

二、北美自行车行业市场规模与市场需求分析

三、北美自行车行业市场前景分析

第五节 欧盟自行车行业地区市场分析

一、欧盟自行车行业市场现状分析

二、欧盟自行车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟自行车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界自行车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球自行车行业市场规模预测

第三章 中国自行车产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品自行车总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国自行车行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国自行车产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国自行车行业运行情况

第一节 中国自行车行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国自行车行业市场规模分析

第三节 中国自行车行业供应情况分析

第四节 中国自行车行业需求情况分析

第五节 中国自行车行业供需平衡分析

第六节 中国自行车行业发展趋势分析

第五章 中国自行车所属行业运行数据监测

第一节 中国自行车所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国自行车所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国自行车所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国自行车市场格局分析

第一节 中国自行车行业竞争现状分析

- 一、中国自行车行业竞争情况分析
- 二、中国自行车行业主要品牌分析

第二节 中国自行车行业集中度分析

- 一、中国自行车行业市场集中度分析
- 二、中国自行车行业企业集中度分析

第三节 中国自行车行业存在的问题

第四节 中国自行车行业解决问题的策略分析

第五节 中国自行车行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国自行车行业需求特点与动态分析

第一节 中国自行车行业消费市场动态情况

第二节 中国自行车行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 自行车行业成本分析

第四节 自行车行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国自行车行业价格现状分析

第六节 中国自行车行业平均价格走势预测

- 一、中国自行车行业价格影响因素
- 二、中国自行车行业平均价格走势预测
- 三、中国自行车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国自行车行业区域市场现状分析

第一节 中国自行车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区自行车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区自行车市场规模分析
- 四、华东地区自行车市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区自行车市场规模分析
- 四、华中地区自行车市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区自行车市场规模分析
- 四、华南地区自行车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国自行车行业竞争情况

第一节 中国自行车行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国自行车行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国自行车行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 自行车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国自行车行业发展前景分析与预测

第一节 中国自行车行业未来发展前景分析

- 一、自行车行业国内投资环境分析
- 二、中国自行车行业市场机会分析
- 三、中国自行车行业投资增速预测

第二节 中国自行车行业未来发展趋势预测

第三节 中国自行车行业市场发展预测

- 一、中国自行车行业市场规模预测
- 二、中国自行车行业市场规模增速预测
- 三、中国自行车行业产值规模预测
- 四、中国自行车行业产值增速预测
- 五、中国自行车行业供需情况预测

第四节 中国自行车行业盈利走势预测

- 一、中国自行车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国自行车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国自行车行业投资风险与营销分析

第一节 自行车行业投资风险分析

- 一、自行车行业政策风险分析
- 二、自行车行业技术风险分析
- 三、自行车行业竞争风险分析
- 四、自行车行业其他风险分析

第二节 自行车行业企业经营发展分析及建议

- 一、自行车行业经营模式
- 二、自行车行业销售模式
- 三、自行车行业创新方向

第三节 自行车行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国自行车行业发展战略及规划建议

第一节 中国自行车行业品牌战略分析

- 一、自行车企业品牌的重要性
- 二、自行车企业实施品牌战略的意义
- 三、自行车企业品牌的现状分析
- 四、自行车企业的品牌战略
- 五、自行车品牌战略管理的策略

第二节 中国自行车行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国自行车行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国自行车行业发展策略及投资建议

第一节 中国自行车行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国自行车行业定价策略分析

第三节 中国自行车行业营销渠道策略

- 一、自行车行业渠道选择策略
- 二、自行车行业营销策略

第四节 中国自行车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国自行车行业重点投资区域分析

二、中国自行车行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/341281341281.html>