

2021年中国电动观光车市场调研报告- 行业现状与未来商机预测

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《2021年中国电动观光车市场调研报告-行业现状与未来商机预测》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/533348533348.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

电动观光车又叫观光电动车，是属于区域用电动车的一种，可分为旅游观光车，小区看房车，电动老爷车，小型高尔夫车。是种专为旅游景区、公园、大型游乐园、封闭社区、学校代步专用的环保型电动乘用车辆。

我国本来就是汽车制造大国，而我国新能源产业布局较早，相关产业较为发达，新能源汽车产量一直保持着良好的趋势，2019年电动观光车产量大约为9.85万辆，预计到2020年电动观光车产量将增长至11.6万辆。

2015-2020年我国电动观光车行业产量走势 资料来源：wind，观研天下数据中心整理

从我国电动观光车细分市场的需求来看，行业内企业生产的产品主要集中在旅游观光车上，产量占比达到了40%。

2019年中国观光车细分市场产量集中度 资料来源：公开资料整理

销量方面，我国电动观光车一直在旅游需求的替代刺激下保持着不错的销量增速，2019年国内电动观光车销量大约为8.17万辆，比上年度销量增加了1.36万辆，预计到2020年销量将达到9.67万辆。

2015-2020年我国电动观光车行业销量走势 资料来源：观研天下数据中心整理

近年来，我国电动观光车市场保持着稳定的产销率，虽然产销率并不高，存在一定程度的产能过剩，但并不严重，2019年产销率大约为82.9%，近几年产销率一直在80%-85%的区间波动，预计2020年行业产销率大约为83.2%，波动不大。

2015-2020年我国电动观光车行业产销率走势 资料来源：观研天下数据中心整理

电动观光车市场在经过二十多年的稳步发展，电动观光车工艺制作技术已经得到突飞猛进的发展，带动电机以及电池行业不断发展创新，不同类型电动观光车正运用于不同领域，电动观光车企业已陆续向市场推出电动观光车、电动高尔夫球场、电动老爷车、电动看房车、电动货车、电动巡逻车、电动餐车、电动流动警务室、电动助力车、电动滑板车、电动老人车、电动家庭生活用车等不同车型，为人们的生活提供了更大的便利性。

从电动观光车行业发展来看，其整体趋势还是趋于稳步上升的趋势，刚开始电动车行业是由国外进口二轮电动摩托车，随着我国电动车技术发展创新逐渐开始自主研发电动车，在电机、电池、充电器及控制器技术的逐渐成熟的过程中电动观光车行业开始萌芽，并得到迅速发展，开启电动观光车大规模生产阶段。

电动观光车属于新兴行业，近几年才逐渐发展起来，配套设施还不完善，车辆整体还有巨大的升级空间。就电动观光车市场而言，2019年行业市场规模才达到31.9亿元，行业渗透率还很低，市场也还有巨大的发展空间。目前电动观光车行业处于成长期，未来发展空间较大。

电动观光车行业所处生命周期 资料来源：观研天下数据处理中心

随着关键技术方面的突破和电动观光车的性能不断提升，其简便操作、方便快捷、绿色

环保也得到了更多的消费者认同，同时也激发了市场对于电动观光车的诉求。在日益增长的市场需求中，先前研发生产的企业迅速崛起，一些新的企业也开始进入，他们对电动观光车的投入也不断加大，使得产能迅速扩展。以深圳雄韬电动车为代表的电动观光车企业已经形成较大规模的产能。

电动观光车行业发展到了这个阶段，在技术及行业政策的制约下出现了上升趋势平缓，市场节奏放缓利弊均衡，利在于企业加快调整企业转型升级的步伐，在企业运营管理模式上进行创新，在产业竞争激烈的情况发加强企业技术创新及提供完善的服务创新，更有利于电动观光车行业在健康正确的道路上稳步前行，弊在于容易出现企业恶性竞争，导致市场混乱。从全国乃至全球市场来看，电动观光车行业还没有到达井喷期，随着越来越多的传统汽车行业进入电动汽车行业，竞争将会越来越激烈。市场是残酷的，能者上，庸者下，优胜劣汰市场机制将迫使电动车企业不断发展创新，为市场提供更好更优惠的产品。

经过不同时期的发展，电动观光车行业必须保持技术创新和管理创新才能赢得最终的胜利。随着市场需求加大，电动观光车未来发展趋势明朗，前景广阔。

目前国内电动观光车行业作为当前我国电动车行业的子行业，行业发展较为稳定，加上近年来我国旅游行业发展较为迅速，预计未来我国继续加大对电动观光车行业的投资，投资增速会一直上升。

2020-2026年我国电动观光车行业投资增速预测 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。《2021年中国电动观光车市场调研报告-行业现状与未来商机预测》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年中国电动观光车行业发展概述

第一节 电动观光车行业发展情况概述

一、电动观光车行业相关定义

二、电动观光车行业基本情况介绍

三、电动观光车行业发展特点分析

四、电动观光车行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、电动观光车行业需求主体分析

第二节 中国电动观光车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电动观光车行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国电动观光车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电动观光车行业生命周期分析

一、电动观光车行业生命周期理论概述

二、电动观光车行业所属的生命周期分析

第四节 电动观光车行业经济指标分析

一、电动观光车行业的赢利性分析

二、电动观光车行业的经济周期分析

三、电动观光车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电动观光车行业进入壁垒分析

- 一、电动观光车行业资金壁垒分析
- 二、电动观光车行业技术壁垒分析
- 三、电动观光车行业人才壁垒分析
- 四、电动观光车行业品牌壁垒分析
- 五、电动观光车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电动观光车行业市场发展现状分析

第一节 全球电动观光车行业发展历程回顾

第二节 全球电动观光车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电动观光车行业地区市场分析

- 一、亚洲电动观光车行业市场现状分析
- 二、亚洲电动观光车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电动观光车行业市场前景分析

第四节 北美电动观光车行业地区市场分析

- 一、北美电动观光车行业市场现状分析
- 二、北美电动观光车行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电动观光车行业市场前景分析

第五节 欧洲电动观光车行业地区市场分析

- 一、欧洲电动观光车行业市场现状分析
- 二、欧洲电动观光车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲电动观光车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电动观光车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电动观光车行业市场规模预测

第三章 中国电动观光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、全社会消费品电动观光车总额
- 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 中国电动观光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 中国电动观光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 中国电动观光车行业运行情况

第一节 中国电动观光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 中国电动观光车行业市场规模分析

第三节 中国电动观光车行业供应情况分析

第四节 中国电动观光车行业需求情况分析

第五节 我国电动观光车行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国电动观光车行业供需平衡分析

第七节 中国电动观光车行业发展趋势分析

第五章 中国电动观光车所属行业运行数据监测

第一节 中国电动观光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 中国电动观光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 中国电动观光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年中国电动观光车市场格局分析

第一节 中国电动观光车行业竞争现状分析

- 一、中国电动观光车行业竞争情况分析
- 二、中国电动观光车行业主要品牌分析

第二节 中国电动观光车行业集中度分析

- 一、中国电动观光车行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国电动观光车行业市场集中度分析

第三节 中国电动观光车行业存在的问题

第四节 中国电动观光车行业解决问题的策略分析

第五节 中国电动观光车行业钻石模型分析

- 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年中国电动观光车行业需求特点与动态分析

第一节 中国电动观光车行业消费市场动态情况

第二节 中国电动观光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 电动观光车行业成本结构分析

第四节 电动观光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 中国电动观光车行业价格现状分析

第六节 中国电动观光车行业平均价格走势预测

- 一、中国电动观光车行业价格影响因素
- 二、中国电动观光车行业平均价格走势预测
- 三、中国电动观光车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电动观光车行业区域市场现状分析

第一节 中国电动观光车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电动观光车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电动观光车市场规模分析
- 四、华东地区电动观光车市场规模预测

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、华中地区电动观光车市场规模分析
- 四、华中地区电动观光车市场规模预测

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、华南地区电动观光车市场规模分析
- 四、华南地区电动观光车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电动观光车行业竞争情况

第一节 中国电动观光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 中国电动观光车行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国电动观光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 电动观光车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电动观光车行业发展前景分析与预测

第一节 中国电动观光车行业未来发展前景分析

- 一、电动观光车行业国内投资环境分析
- 二、中国电动观光车行业市场机会分析
- 三、中国电动观光车行业投资增速预测

第二节 中国电动观光车行业未来发展趋势预测

第三节 中国电动观光车行业市场发展预测

- 一、中国电动观光车行业市场规模预测
- 二、中国电动观光车行业市场规模增速预测
- 三、中国电动观光车行业产值规模预测
- 四、中国电动观光车行业产值增速预测
- 五、中国电动观光车行业供需情况预测

第四节 中国电动观光车行业盈利走势预测

- 一、中国电动观光车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电动观光车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电动观光车行业投资风险与营销分析

第一节 电动观光车行业投资风险分析

- 一、电动观光车行业政策风险分析
- 二、电动观光车行业技术风险分析
- 三、电动观光车行业竞争风险分析
- 四、电动观光车行业其他风险分析

第二节 电动观光车行业应对策略

- 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年中国电动观光车行业发展战略及规划建议

第一节 中国电动观光车行业品牌战略分析

- 一、电动观光车企业品牌的重要性
- 二、电动观光车企业实施品牌战略的意义
- 三、电动观光车企业品牌的现状分析
- 四、电动观光车企业的品牌战略

五、电动观光车品牌战略管理的策略

第二节 中国电动观光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 中国电动观光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

第四节 电动观光车行业竞争力提升策略

- 一、电动观光车行业产品差异性策略
- 二、电动观光车行业个性化服务策略
- 三、电动观光车行业的促销宣传策略
- 四、电动观光车行业信息智能化策略
- 五、电动观光车行业品牌化建设策略
- 六、电动观光车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国电动观光车行业发展策略及投资建议

第一节 中国电动观光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 中国电动观光车行业营销渠道策略

- 一、电动观光车行业渠道选择策略
- 二、电动观光车行业营销策略

第三节 中国电动观光车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电动观光车行业重点投资区域分析
- 二、中国电动观光车行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/533348533348.html>