

# 2020年中国电动观光车市场分析报告- 产业规模现状与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国电动观光车市场分析报告-产业规模现状与发展趋势分析》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/zhuanongshebei/493410493410.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。

世界上第一辆电动汽车于1881年诞生，发明人为法国工程师古斯塔夫磁腓夫，这是一辆用铅酸电池为动力的三轮车，而在1873年，由英国人罗伯特戴维森用一次电池作动力发明的电动汽车，并没有列入国际的确认范围。后来就出现了铅酸、镍镉、镍氢电池，锂离子电池，燃料电池作为电力的电动车。电动车技术成熟后，逐渐在大型景区得到应用。

产业链是一个包含价值链、企业链、供需链和空间链四个维度的概念。这四个维度在相互对接的均衡过程中形成了产业链这种“对接机制”是产业链形成的内模式，作为一种客观规律，它像一只“无形之手”调控着产业链的形成。

产业链的本质是用于描述一个具有某种内在联系的企业群结构，它是一个相对宏观的概念，存在两维属性：结构属性和价值属性。产业链中大量存在着上下游关系和相互价值的交换，上游环节向下游环节输送产品或服务，下游环节向上游环节反馈信息。

随着技术的发展，迂回生产程度的提高，生产过程划分为一系列有关联的生产环节。分工与交易的复杂化对使得在经济中通过什么样的形式联结不同的分工与交易活动成为日益突出的问题。企业组织结构随分工的发展而呈递增式增加。因此，搜寻一种企业组织结构以节省交易费用并进一步促进分工的潜力，相对于生产中的潜力会大大增加。企业难以应付越来越复杂的分工与交易活动，不得不依靠企业间的相互关联，这种搜寻最佳企业组织结构的动力与实践就成为产业链形成的条件。

### 产业链形成模式示意图

资料来源：观研天下数据中心整理

电动观光车产业链结构如下，其上游为锂电池、电机、汽车零部件制造等行业，下游行业为各旅游景区。

### 电动观光车产业链结构

资料来源：观研天下数据中心整理

2015-2019年中国电动观光车产量

资料来源：观研天下数据中心整理

近年来随着旅游市场的火热，旅游行业吸引了大量投资，国内大型旅游景点数量增长较快，极大的刺激了电动观光车下游需求的增长，因此行业产量也随着暴增，2019年我国电动观光车产量为\*\*\*万辆，同比增长\*\*\*%。

近年来我国电动观光车产销率保持在80%以上，2019年产销率为82.9%。具体如下：2013-2019年中国电动观光车产销率

资料来源：观研天下数据中心整理

近年来我国电动观光车库存量保持稳定，2019年库存量为\*\*\*万辆。具体如下：

2015-2019年中国电动观光车库存量

资料来源：观研天下数据中心整理

2017-2020年一季度我国进口电动观光车（10座 19）情况统计

时间

流向名称

商品编码

商品名称

数量（辆）

金额（美元）

2020年1-2月

进口

87029030

其他机动客车,10座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2020年3月

进口

87029030

其他机动客车,10座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

时间

流向名称

商品编码

商品名称

数量（辆）

金额（美元）

2019年1月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年2月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年3月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年4月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年5月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年7月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年8月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年9月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年10月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年11月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

2019年12月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

时间

流向名称

商品编码

商品名称

数量 ( 辆 )

金额 ( 美元 )

2018年1月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

113

4,143,818

2018年2月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

38

1,361,806

2018年3月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

82

2,827,008

2018年4月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

35

1,355,977

2018年5月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

29

1,415,593

2018年6月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

3

243,852

2018年7月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

20

1,034,729

2018年8月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

31

827,309

2018年9月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

4

487,554

2018年10月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

4

326,312

2018年11月

进口

87029030

其他机动客车,10 < 座 19

5

406,440

2018年12月

进口



87029030

其他机动客车,10 < 座 19

8

652,360

时间

流向名称

商品编码

商品名称

数量 ( 辆 )

金额 ( 美元 )

2017年1月

进口

87029030

其他机动客车 , 10 < 座 19

40

1,675,611

2017年2月

进口

87029030

其他机动客车 , 10 < 座 19

59

2,615,137

2017年3月

进口

87029030

其他机动客车 , 10 < 座 19

34

1,387,288

2017年4月

进口

87029030

其他机动客车 , 10 < 座 19

39

1,401,933

2017年5月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

52

2,049,995

2017年6月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

116

4,614,609

2017年7月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

139

5,161,723

2017年8月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

109

4,058,257

2017年9月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

121

4,627,852

2017年10月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

60

2,092,620

2017年11月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

110

3,925,164

2017年12月

进口

87029030

其他机动客车，10 < 座 19

163

6,006,437

数据来源：中国海关

## 【报告大纲】第一章 电动观光车概述

第一节 电动观光车定义

第二节 电动观光车行业发展历程

第三节 电动观光车分类情况

第四节 电动观光车产业链分析

一、产业链模型介绍

二、电动观光车产业链模型分析

## 第二章 2017-2020年中国电动观光车行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、中国GDP分析

三、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2021-2026年中国宏观经济发展预测

第二节 政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响分析

三、进出口政策分析

第三节 社会环境分析

一、人口规模分析

二、年龄结构分析

### 三、学历结构分析

#### 第四节 电动观光车行业发展的"波特五力模型分析

- 一、行业内竞争
- 二、买方侃价能力
- 三、卖方侃价能力
- 四、进入威胁
- 五、替代威胁

#### 第五节2020年中国电动观光车行业的季节特征分析

#### 第六节 影响电动观光车行业发展的有利和不利因素分析

### 第三章 中国电动观光车行业经济运行分析

#### 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、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

#### 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

### 第四章2020年年中国电动观光车生产情况分析

#### 第一节 2017-2020年中国电动观光车产量统计分析

#### 第二节2020年中国电动观光车行业产销率与产品库存分析

- 一、中国电动观光车行业产销率分析

## 二、中国电动观光车产品库存分析

### 第三节2020年中国电动观光车区域市场规模分析

#### 一、华东地区市场规模

#### 二、华南地区市场规模

#### 三、华中地区市场规模

#### 四、华北地区市场规模

#### 五、东北地区市场规模

#### 六、西部地区市场规模

### 第四节 2021-2026年中国电动观光车产量回归模型预测

## 第五章 电动观光车地区销售分析

### 第一节 电动观光车各地区对比销售分析

#### 第二节 电动观光车“重点地区一”销售分析

##### 一、“规格”销售分析

##### 二、厂家销售分析

#### 第三节 电动观光车“重点地区二”销售分析

##### 一、“规格”销售分析

##### 二、厂家销售分析

#### 第四节 电动观光车“重点地区三”销售分析

##### 一、“规格”销售分析

##### 二、厂家销售分析

#### 第五节 电动观光车“重点地区四”销售分析

##### 一、“规格”销售分析

##### 二、厂家销售分析

## 第六章 电动观光车国内产品价格走势及影响因素分析

### 第一节2020年国内产品价格回顾

#### 第二节 国内产品当前市场价格及评述

#### 第三节 国内产品价格影响因素分析

### 第四节 2021-2026年国内产品未来价格走势预测

## 第七章 中国电动观光车行业进出口市场评估

### 第一节 电动观光车行业进出口特点分析

#### 第二节 电动观光车行业进出口量分析

##### 一、进口分析

## 二、出口分析

### 第三节 2021-2026年电动观光车行业进出口市场预测

#### 一、进口预测

#### 二、出口预测

## 第八章 电动观光车上游原材料供应状况分析

### 第一节 主要原材料

### 第二节 2020年主要原材料价格及供应情况

### 第三节 2021-2026年主要原材料未来价格及供应情况预测

## 第九章 电动观光车产业用户度分析

### 第一节 电动观光车产业用户认知程度

### 第二节 电动观光车产业用户关注因素

#### 一、功能

#### 二、质量

#### 三、价格

#### 四、外观

#### 五、服务

## 第十章 2020年年中国电动观光车行业消费者偏好调查

### 第一节 电动观光车目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节 电动观光车的品牌市场发展现状分析

#### 一、消费者对电动观光车品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对电动观光车的品牌偏好调查

#### 三、消费者对电动观光车品牌的首要认知渠道

#### 四、消费者经常购买的品牌调查

#### 五、电动观光车品牌忠诚度调查

#### 六、电动观光车品牌市场占有率调查

#### 七、消费者的消费理念调研

### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

#### 一、价格敏感程度

#### 二、品牌的影响

- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

## 第十一章2020年中国电动观光车相连行业旅游业发展现状分析

### 第一节 中国旅游业发展现状分析

- 一、中国旅游业发展的特点
- 二、中国旅游业进入快速发展时期
- 三、旅游业与环境的发展关系
- 四、旅游环境承载力研究分析
- 五、中国旅游业转型与产业政策选择分析
- 六、中国旅游收入构成分析

### 第二节2020年中国旅游业发展分析

#### 第三节 旅游资源开发中的经济学分析

- 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征
- 二、旅游资源开发的效率机制
- 三、旅游资源开发中政府的合理定位

#### 第四节 中国旅游业面临的挑战

- 一、中国旅游业发展仍然面临许多挑战
- 二、中国旅游业中存在的问题
- 三、中国旅游资源的产权问题分析

#### 第五节 中国旅游业投资前景研究

- 一、中国当前旅游业发展的措施
- 二、中国旅游业发展中的策略
- 三、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 四、中国旅游业持续发展需注意的问题

## 第十二章 2017-2020年中国电动观光车行业竞争格局分析

### 第一节 电动观光车行业的发展周期

- 一、行业的经济周期
- 二、行业的增长性与波动性
- 三、行业的成熟度

### 第二节 电动观光车行业历史竞争格局综述

- 一、行业集中度分析
- 二、行业竞争程度

### 第三节 电动观光车行业企业竞争状况分析

#### 一、领导企业的市场力量

#### 二、其他企业的竞争力

### 第四节 电动观光车行业国际竞争者的影响

#### 一、国内企业的SWOT

#### 二、国际企业的SWOT

### 第五节 2021-2026年我国电动观光车行业竞争格局展望

## 第十三章 电动观光车行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 苏州市益高电动车辆制造有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业发展现状分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第二节 珠海亿威电动产业股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业发展现状分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第三节 广州朗晴电动车有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业发展现状分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第四节 洛阳奥巴车辆科技有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业发展现状分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第五节 英格索兰CLUBCAR

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业发展现状分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第六节 东风电动车辆股份有限公司



一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

#### 第七节 东莞绿通高尔夫观光车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

#### 第八节 厦门奇富电动车辆有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

#### 第九节 安徽奔特电动车科技(芜湖)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

### 第十四章 电动观光车行业市场竞争策略分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

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 电动观光车市场竞争策略分析

一、电动观光车市场增长潜力分析

二、电动观光车产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

#### 第三节 电动观光车企业竞争策略分析

一、2021-2026年我国电动观光车市场竞争趋势

二、2021-2026年电动观光车行业竞争格局展望

三、2021-2026年电动观光车行业竞争策略分析

## 第十五章 电动观光车行业投资与趋势预测分析

### 第一节 2020年电动观光车行业投资情况分析

- 一、2020年总体投资结构
- 二、2020年投资规模情况
- 三、2020年投资增速情况
- 四、2020年分地区投资分析

### 第二节 电动观光车行业投资机会分析

- 一、电动观光车投资项目分析
- 二、可以投资的电动观光车模式
- 三、2020年电动观光车投资机会
- 四、2020年电动观光车投资新方向

### 第三节 电动观光车行业趋势预测分析

- 一、金融危机下电动观光车市场的趋势预测
- 二、2020年电动观光车市场面临的发展商机

## 第十六章 2021-2026年电动观光车行业发展趋势及行业前景调研分析

### 第一节 当前电动观光车存在的问题

### 第二节 电动观光车未来发展预测分析

- 一、中国电动观光车发展方向分析
- 二、2021-2026年中国电动观光车行业发展规模
- 三、2021-2026年中国电动观光车行业发展趋势预测

### 第三节 2021-2026年中国电动观光车行业行业前景调研分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

### 第四节 专家投资建议

#### 图表目录：

图表：电动观光车产业链结构图

图表：2021-2026年我国国内生产总值预测

图表：2021-2026年我国固定资产投资预测

图表：2021-2026年我国固定资产投资预测

- 图表：电动观光车质量指标情况表
- 图表：2017-2020年我国电动观光车市场规模统计表
- 图表：2017-2020年我国电动观光车市场规模及增长率变化图
- 图表：2017-2020年我国电动观光车产能统计表
- 图表：2017-2020年我国电动观光车产能及增长率变化图
- 图表：2021-2026年中国电动观光车产能及增长率预测
- 图表：2017-2020年我国电动观光车产量统计表
- 图表：2017-2020年我国电动观光车产量及增长率变化图
- 图表：2017-2020年中国电动观光车产能利用率变化
- 图表：2017-2020年中国电动观光车产能利用率变化
- 图表：2021-2026年中国电动观光车产量及增长率预测
- 图表：电动观光车行业生命周期的判断
- 图表：2017-2020年电动观光车国内平均经销价格
- 图表：2017-2020年我国电动观光车进出口量统计表
- 图表：2017-2020年我国电动观光车进出口量及增长率变化图
- 图表详见报告正文.....（GY YX）

## 【简介】

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。《2020年中国电动观光车市场分析报告-产业规模现状与发展趋势分析》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/493410493410.html>