

# 2021年中国自行车行业分析报告- 市场规模现状与未来趋势研究

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《2021年中国自行车行业分析报告-市场规模现状与未来趋势研究》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/535680535680.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

自行车是国民经济重要组成部分，自“十三五”以来，我国自行车产业发展平稳，运行良好，产业优势进一步彰显，行业影响力持续增强，产品结构和产业结构持续优化。自行车骑行作为安全绿色低碳的交通方式，对于保护环境有着重要意义，为了支持我国自行车产业的发展，国家发布了一系列相关政策，为我国自行车产业的发展带来了良好机遇。

同时近年来电动自行车、共享自行车兴起，成为不少人短途出行的首选，但在发展初期，电动自行车、共享自行车细分市场乱象频发，行业发展仍存在众多问题。为了引导自行车产业健康可持续发展，近年来我国相关部门也出台了多项监管政策促进产业发展。

如2019年3月，国家发布《关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见》，指出市场监管部门要加强电动自行车强制性产品认证（3C认证）管理，进一步规范电动自行车生产、销售和使用管理，要求电动自行车获得3C认证，提高了行业门槛，淘汰了部分产品不符合标准的企业。如2019年5月，国家发布《交通运输新业态用户资金管理办法（试行）》，明确运营企业原则上不收取用户押金。

### 我国自行车产业相关政策规划梳理汇总（一）

时间

政策规划

要点

2011年2月

《中国自行车行业“十二五”规划》

指出要积极倡导骑行文化，促进产业升级，积极开展自行车骑行环保公益活动，大力宣传自行车、电动自行车低碳、绿色、健康、休闲、时尚的丰富优势，更好地发挥自行车行业在发展低碳经济中的作用，促进产品品质提升，扩大自有品牌知名度，增加中高档产品的市场份额，不断提升国内市场消费水平，提高产业综合实力，推动产业升级。“十二五”期间，要进一步落实扩大内需的各项政策，把电动自行车下乡扩大到全国范围，扩大内需市场。

2011年4月

《中华人民共和国道路交通安全法》

依法应当登记的非机动车，经公安机关交通管理部门登记后，方可上道路行驶。依法应当登记的非机动车的种类，由省、自治区、直辖市人民政府根据当地实际情况规定。非机动车的外形尺寸、质量、制动器、车铃和夜间反光装置，应当符合非机动车安全技术标准。

2011年5月

《关于加强电动自行车管理的通知》

《关于加强电动自行车管理的通知》规定：制定出台加强电动自行车管理规定，对电动自行车的生产管理、市场准入、登记管理、路面管理等进行明确规范，公布在各省范围内准予注册登记电动自行车生产企业及产品；对电动自行车符合《电动自行车通用技术条件》（G

B17761-1999) 标准但未按规定登记的, 要督促车主及时办理注册登记, 发放非机动车号牌。

2012年7月

《国务院关于加强道路交通安全工作的意见》

强化电动自行车安全监管。修订完善电动自行车生产国家强制标准, 着力加强对电动自行车生产、销售和使用的监督管理, 严禁生产、销售不符合国家强制标准的电动自行车。

2014年3月

《中华人民共和国消费者权益保护法》

(1) 经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息, 应当真实、全面, 不得作虚假或者引人误解的宣传。(2) 经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限; 但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵, 且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。

2015年5月

《中国制造2025》

明确提出要把可持续发展作为建设制造强国的重要着力点, 加强节能环保技术、工艺、装备推广应用, 构建绿色制造体系, 走生态文明的发展道路。

2016年7月

修订《中华人民共和国节约能源法》规定

县级以上地方各级人民政府应当优先发展公共交通, 加大对公共交通的投入, 完善公共交通服务体系, 鼓励利用公共交通工具出行; 鼓励使用非机动交通工具出行。

2016年8月

《轻工业发展规划(2016 - 2020年)》

指出要推动自行车工业向轻量化、多样化、时尚化、智能化方向发展。加快高强度轻型材料、变速器、传动系统、新能源、智能传感技术和物联网技术等研发与应用。重点发展时尚休闲、运动健身、长途越野和高性能折叠等多样化自行车以及符合标准的锂离子电池电动自行车和智能电动自行车。

2016年9月

《助力车产品生产许可证实施细则》

在中华人民共和国境内生产规定的助力车产品(包括电动自行车及汽油机助力自行车)的, 应当依法取得生产许可证。任何企业未取得生产许可证不得生产本实施细则规定的助力车产品。

2016年11月

《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》

指出要把握全球能源变革发展趋势和我国产业绿色转型发展要求, 着眼生态文明建设和应对

气候变化，以绿色低碳技术创新和应用为重点，引导绿色消费，推广绿色产品，大幅提升新能源交通工具和新能源的应用比例，全面推进高效节能、先进环保和资源循环利用产业体系建设，推动新能源交通工具、新能源和节能环保等绿色低碳产业成为支柱产业。

2017年8月

《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》

肯定了互联网租赁自行车（俗称“共享单车”）发展对方便群众短距离出行、构建绿色低碳交通体系的积极作用，提出要按照“服务为本、改革创新、规范有序、属地管理、多方共治”的基本原则，鼓励和规范共享单车发展，进一步提升服务水平，更好地满足人民群众的出行需求。从实施鼓励发展政策、规范运营服务行为、保障用户资金和网络信息安全、营造良好发展环境四个方面，提出了相关具体措施。资料来源：公开资料整理

我国自行车产业政策规划梳理汇总（二）

时间

政策规划

要点

2018年发布

《自行车运动产业发展规划》

规划提出，提升自行车装备制造实力，进军国际装备中高端市场。通过技术革新、产业升级等方式，引导自行车装备制造企业从低端市场向中高端市场转变。以智能化和个人定制为导向，不断提高自行车装备自主品牌在国内自行车运动市场的占有率，鼓励我国骑行爱好者使用自主品牌的自行车装备，提升我国自行车装备企业在国际自行车装备市场的竞争力。

2018年修正

《电动自行车安全技术规范》（GB17761-2018）

全面提升了电动自行车的安全性能，由原来的部分条款强制改为全文强制，增加了防篡改、防火性能、阻燃性能、充电器保护等技术指标，调整完善了车速限值、整车质量、脚踏骑行能力等技术指标。

2018年7月

《强制性产品认证实施规则—电动自行车》

将电动自行车由工业产品生产许可证管理转为CCC认证管理。

2018年10月

《中华人民共和国节约能源法》

县级以上地方各级人民政府应当优先发展公共交通，加大对公共交通的投入，完善公共交通服务体系，鼓励利用公共交通工具鼓励使用非机动车出行。

2018年12月

《中华人民共和国产品质量法》

产品质量应当符合下列要求：（1）不存在危及人身、财产安全的不合理的危险，有保障人体

健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，应当符合该标准；（2）具备产品应当具备的使用性能，但是，对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外；（3）符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准，符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。

2019年发布

《交通强国建设纲要》

该纲要为自行车行业发展

提供了政策支持，提出完善城市步行和非机动车交通系统，提升步行、自行车等出行品质，完善无障碍设施。

2019年发布

《绿色出行行动计划（2019-2022年）》

计划提出，优化公共交通、步行和自行车等绿色交通路权分配，均衡道路交通资源；加快实施机非分离，减少混合交通，降低行人、自行车和机动车相互干扰。

2019年3月

《关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见》

指出市场监管部门要加强电动自行车强制性产品认证（3C认证）管理，加强对认证机构和生产企业检查，确保产品一致性，避免不符合新标准的车辆获得3C认证并流入市场；对符合条件的电动自行车，要按照规定录入登记管理系统，及时登记上牌，上传全国公安交通管理综合应用平台。进一步规范电动自行车生产、销售和使用管理，要求电动自行车获得3C认证，提高了行业门槛，淘汰了部分产品不符合标准的企业。

2019年5月

《交通运输新业态用户资金管理办法（试行）》

新规明确运营企业原则上不收取用户押金。对于备受关注的共享单车押金退还问题，新规明确“押金应当日退还给用户”。新规还设置了收取押金和预存金的上限，如分时租赁押金不得超过单车成本的2%，共享单车预存资金不得超过100元，其他交通新业态不得超过8000元。资料来源：公开资料整理

在国家政策号召下，北京、上海、天津、成都、武汉、长沙、杭州、深圳等多个省市也陆续根据本省市发展特点出台了相关政策规划规范自动车产业发展。

全国部分地区自行车产业相关政策规划汇总

地区

时间

政策规划

要点

上海市

2017年4月

《上海市鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（试行）》

明确用户的押金及预存金，将由中国人民银行上海分行会同相关部门监管；企业不得将用户个人信息等数据公开或擅自泄露；加强企业之间信用信息的互通共享，共同加强对用户失信行为的约束。

《共享自行车产品标准》、《共享自行车服务标准》

由上海市自行车行业协会牵头制定，制定单位还包括摩拜、ofo、永安行、凤凰等企业。

北京市

2017年9月

《北京市鼓励规范发展共享自行车的指导意见（试行）》

对车辆投放实行动态平衡，企业需为承租人购买保险、车辆不得设置商业广告、鼓励企业采用免押金方式提供租赁服务等。

《共享自行车系统技术与服务规范》、《自行车停放区设置技术导则》

要求共享自行车需配备卫星定位装置，精度误差应控制在小于等于15米的范围内；为避免因车辆损坏而给骑行者带来危险，在车辆安全标准上有了更加明确的要求，投放车辆一般三年应更新或报废，同时完好率不得低于95%；企业需加强停放秩序管理，在电子地图内明示停放区、禁停区和禁骑区，同时还应搭建承租人信用平台，信用不足者将限制其租用车辆。

天津市

2017年4月

《天津市互联网租赁自行车管理暂行办法（征求意见稿）》

对涉及的政府管理部门、运营企业、使用者的各方责任，发展原则、车辆登记、企业运营规范及管理、使用者行为规范、信用体系建设、监管与违规处罚等方面予以了明确和规范。

2017年9月

《天津市关于鼓励规范发展互联网租赁自行车的指导意见（试行）》

企业应严格区分企业自有资金和承租人押金、预付资金，在本市开立承租人押金、预付资金专用账户。企业应与银行签订押金、预付资金专用账户资金使用监管协议，实施专款专用。企业应接受交通、金融部门监管，防范承租人押金、预付资金风险。鼓励为承租人购买人身意外伤害险，禁止向未满12岁的儿童提供服务。

杭州市

2017年4月

《杭州市促进互联网租赁自行车规范发展的指导意见（试行）》

提出了政府监管平台、平台规范用户行为的管理逻辑；杭州的职能部门将引导平台控制投放总量；平台必须按“每80辆车配一名运维人员”的标准投入维护力量等规定。

深圳市

2017年1月

《深圳市自行车停放区（路侧带）设置指引（试行）》

明确了自行车停放不得妨碍行人通行，在占用人行道停放时须保证1.5米的剩余人行空间。

适宜停放区域包括轨道站出入口后方及两侧、公交站台两侧空地或者高架桥、人行天桥下空间，不适宜停放区域包括人行天桥及通道出入口，绿化带、盲道、井盖上等。同时明确了停放区一般采用平面设置形式，标线及地面图案为白色，并提出自行车停放架配置要求，在特殊情况下可通过借鉴日本、德国等先进城市经验设置地下停车库或地面停车楼。

2017年6月

《深圳关于进一步共享单车用户使用行为的联合声明》

对在深非机动车违法行为人实行共享单车停用措施从7月1日起已经正式启动。

2017年12月

《关于鼓励规范互联网自行车的若干意见（征求意见稿）》

明确指出，平台应建立用户个人信用管理制度，引导用户形成良好出行习惯。对违反自行车道路交通通行有关规定或违规停放自行车的行为，公安交警部门、城管部门等有关单位将按职责进行处罚，并将其违法违规信息纳入个人信用记录。

2019年3月

《深圳市互联网租赁自行车行业信用管理实施办法》

明确要求共享单车企业违规投放单车或无法退还押金的，企业将被列入“失信名单”的，3年内不得在深圳新增车辆投放和更新；用户违规骑行、停放单车被罚累计3次，将会被拉入“黑名单”，将面临着暂停或者禁用共享单车的处罚。

广州市

2017年3月

《广州市中心城区城市道路自行车停放区设置技术导则》

提出各平台须对用户进行实名制注册登记，不得为未满12周岁市民提供车辆租赁服务，要求共享单车平台不再新增投放。

2018年1月

《关于鼓励互联网租赁自行车规范发展的指导意见（征求意见稿）》

自各平台企业在我市投放车辆营运以来，车辆规模和用户数都在急速增长，市民在使用互联网租赁自行车解决短距离出行和公共交通接驳换乘方便获得便利的同时，企业无序投放、故障残旧车辆回收不及时、车辆乱停放阻碍通行、用户资金安全监管等问题也日趋突出，引起了社会各界的高度关注，社会各方呼吁出台政策文件，以促进这一新兴业态的规范发展。

成都市

2016年12月

《成都市中心城区公共区域非机动车停放区位技术导则》

即日起，包括共享单车在内的非机动车，在成都有了停放的“正确姿势”——放进白框，统一朝向。

2017年3月

《成都市关于鼓励共享单车发展的试行意见》



引导共享单车规范有序发展，推动绿色低碳出行。这也是我国首个城市支持共享单车发展的政策。

武汉市

2017年5月

《武汉市人民政府关于鼓励规范互联网租赁自行车健康发展的意见》

武汉市将完善慢行车道规划，对新、改、扩建城市主干车道，要按规范同步建设非机动车道，设置隔离设施；对具备条件的现状道路，抓紧划设非机动车道并设置隔离设施。

长沙市

2018年4月

《长沙市促进互联网租赁自行车规范发展的指导意见（试行）》

从科学合理定位、明确部门职责、规范企业运营行为、保障用户资金安全、引导用户文明用车、规范使用行为、实行实名认证等方面提出了具体要求。

福州市

2017年11月

《福州市人民政府办公厅关于规范共享单车管理的实施意见（试行）》

坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，以解决市民短距离出行和对接公共交通需求为导向，以市场配置资源、政府规范监管为手段，落实企业主体责任，规范用户骑行行为，引导我市共享单车规范有序发展。

南京市

2019年6月

《南京市互联网租赁自行车运力规模动态调整实施细则（征求意见稿）》

南京对共享单车企业实施企业经营服务综合考核，将企业的运营维护服务、路面日常管理、重点目标管理、清拖违规车辆、运营服务社会满意度等情况与企业运力额度相挂钩。

沈阳市

2020年5月

《沈阳市关于规范共享单车发展的若干意见（试行）》

规范引导共享单车有序发展，解决乱停乱放、无序投放、破坏严重等问题。

南宁市

2019年1月

《南宁市人民政府关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的意见（试行）》

一是鼓励发展。秉持开放包容态度，优化行业发展环境，激发企业技术创新，强化慢行交通设施规划建设和完善积极为市民骑行和停放提供配套基础设施支持。二是注重有序。发挥市场配置作用，强化车辆运行调度和停放秩序的企业主体责任；综合城市设施承载力和出行特征需求，加强动态监测，保证投放有序，总量平衡。三是强化安全。确保互联网租赁自行车车辆安全性能状况良好，建立健全骑行保险理赔机制，强化网络信息安全监管，加强用户押

金风险管控。四是加强协同。发挥政府、社会、企业各自优势，强化政府统筹协调、社会自律自治、企业规范服务的作用，鼓励公众共同参与治理，形成企业主体、政府监管、多方参与的社会治理体系。

苏州市

2016年10月

《市政府关于印发苏州市公共自行车交通系统管理办法的通知》

统一公共自行车管理，规范公共自行车的规划、建设、运营和日常管理，解决苏州市公共自行车运营管理中存在的问题。

东莞市

2019年5月

《东莞市促进互联网租赁自行车规范发展的指导意见》

明确要求企业须设立押金专用账户，预付资金专用账户，确保用户押金安全并按照约定及时退还押金。资料来源：公开资料整理（shz）

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年中国自行车行业分析报告-市场规模现状与未来趋势研究》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
- 四、自行车行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、自行车行业需求主体分析

#### 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、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 欧洲自行车行业地区市场分析

##### 一、欧洲自行车行业市场现状分析

##### 二、欧洲自行车行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲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 我国自行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 中国自行车行业供需平衡分析

##### 第七节 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影响因素分析

#### 二、中国自行车行业市场集中度分析

### 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 自行车行业成本结构分析

### 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SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 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、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

第四节 自行车行业竞争力提升策略

一、自行车行业产品差异性策略

二、自行车行业个性化服务策略

三、自行车行业的促销宣传策略

四、自行车行业信息智能化策略

五、自行车行业品牌化建设策略

六、自行车行业专业化治理策略

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

第三节 中国自行车行业价格策略

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 . . . . .

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/535680535680.html>