

2018-2023年中国电动物流车行业市场发展机遇与 投资规划研究报告

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《2018-2023年中国电动物流车行业市场发展机遇与投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/295868295868.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

从本源来看，电动物流天然优势（节能环保、空间大、智能化）与城市物流无缝对接，带来需求前景。电动物流的成本优势难以小觑，即使补贴退坡也难掩其极低的运营成本。

电动物流车的订单在下半年蠢蠢欲动，6月份的数据仅仅是个开始。我们判断此时就是电动物流车投资最好的时点：下半年确定放量，现在是未来两年最好成长期的新起点。

电动车具有如下优势：一是节能环保，噪音小，有利于城市环境的保护；二是内部空间大，自身重量轻，机动性好；三是与智能化联系紧密，未来网络化运营提升使用效率。这些优势使得电动车相比于传统燃油车更加适用于物流行业。

基于电动物流车的自身优势，在物流过程中的城内支线和城内派送线两个层次，在网购商品物流、传统商贸物流和食品食材物流三个方面更易产生对电动物流车的需求。

目前，纯电动物流车的主要目标市场主要集中在第三方物流企业、邮政物流行业以及快递运输领域。此外，电商企业、家政公司、大型批发市场、供货商、冷链运输、烟草运输、搬家公司、港口运输等领域也是电动物流车的潜在市场。

物流产业需求提升，为电动物流提供强大动力 2016年，我国规模以上同城快递业务量达74.1亿件，连续四年增速保持在50%以上。虽然总量上看同城快递业务量少于异地快递量，但从2012年开始，同城快递量始终保持着较大的增长速度，2012-2015年间增长速度一直高于异地快递量，同城快递发展迅速，电动物流的市场潜力巨大。

图：2007-2015年全国快递业务量

图：2007-2015年全国快递业务收入

图：2007-2016年同城、异地快递业务量对比

【报告目录】

第一部分 行业现状篇

第一章 中国电动物流车行业发展概述

1.1 电动物流车行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 电动物流车行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

- 1.2.2 主要统计方法介绍
- 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍
- 1.3 最近3-5年中国电动物流车行业经济指标分析
 - 1.3.1 赢利性
 - 1.3.2 成长速度
 - 1.3.3 附加值的提升空间
 - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
 - 1.3.5 风险性
 - 1.3.6 行业周期
 - 1.3.7 竞争激烈程度指标
 - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析
- 1.4 电动物流车行业产业链分析
 - 1.4.1 产业链结构分析
 - 1.4.2 主要环节的增值空间
 - 1.4.3 与上下游行业之间的关联性
 - 1.4.4 行业产业链上游相关行业分析
 - 1.4.5 行业下游产业链相关行业分析
 - 1.4.6 上下游行业影响及风险提示
- 第二章 中国电动物流车行业的国际比较分析
 - 2.1 中国电动物流车行业的国际比较分析
 - 2.1.1 中国电动物流车行业竞争力指标分析
 - 2.1.2 中国电动物流车行业经济指标国际比较分析
 - 2.1.3 电动物流车行业国际竞争力比较
 - (1) 生产要素
 - (2) 需求条件
 - (3) 支援与相关产业
 - (4) 企业战略、结构与竞争状态
 - (5) 政府的作用
 - 2.2 全球电动物流车行业市场需求分析
 - 2.2.1 市场规模现状
 - 2.2.2 需求结构分析
 - 2.2.3 重点需求客户
 - 2.2.4 市场前景展望
 - 2.3 全球电动物流车行业市场供给分析
 - 2.3.1 生产规模现状

2.3.2 产能规模分布

2.3.3 市场价格走势

2.3.4 重点厂商分布

第二部分 市场需求篇

第三章 应用领域及行业供需分析

3.1 需求分析

3.1.1 电动物流车行业需求市场

3.1.2 电动物流车行业客户结构

3.1.3 电动物流车行业需求的地区差异

3.2 供给分析

3.3 供求平衡分析及未来发展趋势

3.3.1 电动物流车行业的需求预测

3.3.2 电动物流车行业的供应预测

3.3.3 供求平衡分析

3.3.4 供求平衡预测

3.4 市场价格走势分析

第四章 电动物流车产业链的分析

4.1 行业集中度

4.2 主要环节的增值空间

4.3 行业进入壁垒和驱动因素

4.4 上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

5.1 长三角区域市场情况分析

5.2 珠三角区域市场情况分析

5.3 环渤海区域市场情况分析

5.4 电动物流车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

5.4.1 华北大区市场分析

5.4.2 华中大区市场分析

5.4.3 华南大区市场分析

5.4.4 华东大区市场分析

5.4.5 东北大区市场分析

5.4.6 西南大区市场分析

5.4.7 西北大区市场分析

5.5 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2018-2023年需求预测分析

6.1 电动物流车行业领域2018-2023年需求量预测

6.2 2018-2023年电动物流车行业领域需求产品/服务功能预测

6.3 2018-2023年电动物流车行业领域需求产品/服务市场格局预测

第三部分 竞争策略篇

第七章 电动物流车市场竞争格局分析

7.1 行业总体市场竞争状况分析

7.1.1 电动物流车行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

7.1.2 电动物流车行业企业间竞争格局分析

7.1.3 电动物流车行业集中度分析

7.1.4 电动物流车行业SWOT分析

- (1) 电动物流车行业优势分析
- (2) 电动物流车行业劣势分析
- (3) 电动物流车行业机会分析
- (4) 电动物流车行业威胁分析

7.2 中国电动物流车行业竞争格局综述

7.2.1 电动物流车行业竞争概况

- (1) 中国电动物流车行业品牌竞争格局
- (2) 电动物流车业未来竞争格局和特点
- (3) 电动物流车市场进入及竞争对手分析

7.2.2 中国电动物流车行业竞争力分析

- (1) 我国电动物流车行业竞争力剖析
- (2) 我国电动物流车企业市场竞争的优势
- (3) 民企、国企、外企比较分析
- (4) 电动物流车企业竞争能力提升途径

7.2.3 中国电动物流车产品竞争力优势分析

- (1) 整体产品竞争力评价
- (2) 产品竞争力评价结果分析
- (3) 竞争优势评价及构建建议

7.2.4 电动物流车行业主要企业竞争力分析

7.3 电动物流车行业竞争格局分析

7.3.1 国内外电动物流车竞争分析

7.3.2 我国电动物流车市场竞争分析

7.3.3 我国电动物流车市场集中度分析

7.3.4 国内主要电动物流车企业动向

7.3.5 国内电动物流车企业拟在建项目分析

7.4 电动物流车行业并购重组分析

7.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析

7.4.2 本土企业投资兼并与重组分析

7.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析

7.5 电动物流车市场竞争策略分析

7.5.1 产品策略

7.5.2 技术策略

7.5.3 服务策略

7.5.4 品牌策略

章 主要生产企业的排名与产业结构分析

8.1 行业企业排名分析

8.2 产业结构分析

8.2.1 市场细分充分程度的分析

8.2.2 各细分市场领先企业排名

8.2.3 各细分市场占总市场的结构比例

8.2.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

8.3 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

8.3.1 产业价值链的构成

8.3.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

8.4 产业结构发展预测

8.4.1 产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

8.4.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

8.4.3 中国电动物流车行业参与国际竞争的战略市场定位

章 前十大领先企业分析

9.1 中国电动物流车企业总体发展状况分析

9.1.1 电动物流车企业主要类型

9.1.2 电动物流车企业资本运作分析

9.1.3 电动物流车企业创新及品牌建设

9.1.4 电动物流车企业国际竞争力分析

9.1.5 2017年电动物流车行业企业排名分析

9.2 中国领先电动物流车企业经营形势分析

9.2.1 力帆实业（集团）股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.2 东风汽车股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.3 比亚迪股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.4 北汽福田汽车股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析

- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.5 上海汽车集团股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.6 金杯汽车股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.7 山东唐骏欧铃汽车制造有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优劣势分析

(9) 企业最新发展动向

9.2.8 江苏奥新新能源汽车有限公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优劣势分析

(9) 企业最新发展动向

9.2.9 福建新龙马汽车股份有限公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优劣势分析

(9) 企业最新发展动向

9.2.10 北京新能源汽车股份有限公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优劣势分析

(9) 企业最新发展动向

10.1 中国电动物流车所属（汽车制造）行业总体规模分析

10.1.1 企业数量结构分析

10.1.2 人员规模状况分析

10.1.3 行业资产规模分析

10.1.4 行业市场规模分析

10.2 中国电动物流车所属（汽车制造）行业产销情况分析

10.2.1 我国电动物流车所属（汽车制造）行业总产值

10.2.2 我国电动物流车所属（汽车制造）行业销售产值

10.2.3 我国电动物流车所属（汽车制造）行业产销率

10.3 中国电动物流车所属（汽车制造）行业财务指标总体分析

10.3.1 行业盈利能力分析

10.3.2 行业偿债能力分析

10.3.3 行业营运能力分析

10.3.4 行业发展能力分析

第十一章 2018-2023年电动物流车行业前景及趋势预测

11.1 电动物流车行业五年规划现状及未来预测

11.1.1 “十二五”期间电动物流车行业运行情况

11.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响

11.1.3 电动物流车行业“十三五”发展方向预测

（1）电动物流车行业“十三五”规划制定进展

（2）电动物流车行业“十三五”规划重点指导

（3）电动物流车行业在“十三五”规划中重点部署

（4）“十三五”时期电动物流车行业发展方向及热点

11.2 2018-2023年电动物流车市场发展前景

11.2.1 2018-2023年电动物流车市场发展潜力

11.2.2 2018-2023年电动物流车市场发展前景展望

11.2.3 2018-2023年电动物流车细分行业发展前景分析

11.3 2018-2023年电动物流车市场发展趋势预测

11.3.1 2018-2023年电动物流车行业发展趋势

11.3.2 2018-2023年电动物流车市场规模预测

（1）电动物流车行业市场容量预测

（2）电动物流车行业销售收入预测

11.3.3 2018-2023年电动物流车行业应用趋势预测

11.3.4 2018-2023年细分市场发展趋势预测

11.4 2018-2023年中国电动物流车行业供需预测

11.4.1 2018-2023年中国电动物流车行业供给预测

11.4.2 2018-2023年中国电动物流车行业需求预测

11.4.3 2018-2023年中国电动物流车行业供需平衡预测

第十二章 我国电动物流车行业营销趋势及策略分析

12.1 电动物流车行业销售渠道分析

12.1.1 营销分析与营销模式推荐

- (1) 渠道构成
- (2) 销售贡献比率
- (3) 覆盖率
- (4) 销售渠道效果
- (5) 价值流程结构
- (6) 渠道建设方向

12.1.2 电动物流车营销环境分析与评价

- (1) 国际环境下的电动物流车
- (2) 企事业需求下的电动物流车
- (3) Sansheng Consulting评价

12.1.3 销售渠道存在的主要问题

12.1.4 营销渠道发展趋势与策略

12.2 电动物流车行业营销策略分析

12.2.1 中国电动物流车营销概况

12.2.2 电动物流车营销策略探讨

- (1) 中国电动物流车产品/服务营销策略浅析
- (2) 电动物流车新产品/服务的市场推广策略

12.3 电动物流车营销的发展趋势

12.3.1 未来电动物流车市场营销的出路

12.3.2 中国电动物流车营销的趋势预测

第十三章 影响企业生产与经营的关键趋势

13.1 市场整合成长趋势

13.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

13.3 企业区域市场拓展的趋势

13.4 科研开发趋势及替代技术进展

13.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2018-2023年电动物流车行业投资价值评估分析

14.1 电动物流车行业投资特性分析

14.1.1 电动物流车行业进入壁垒分析

14.1.2 电动物流车行业盈利因素分析

14.1.3 电动物流车行业盈利模式分析

14.2 2018-2023年电动物流车行业发展的影响因素

14.2.1 有利因素

14.2.2 不利因素

14.3 2018-2023年电动物流车行业投资价值评估分析

14.3.1 行业投资效益分析

14.3.2 产业发展的空白点分析

14.3.3 投资回报率比较高的投资方向

14.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十五章 ZYLZG研究结论及发展建议

15.1 电动物流车行业研究结论及建议

15.2 电动物流车子行业研究结论及建议

15.3 电动物流车行业发展建议

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 ZYLZG行业投资方式建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2017年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2017年房地产开发投资同比增速（%）

图表：十三五中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2018-2023年中国GDP增速预测

图表：电动物流车行业产业链

更多图表详见正文（GY GSL）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/295868295868.html>