

2020年中国电动两轮车市场调研报告- 行业竞争格局与发展战略规划

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年中国电动两轮车市场调研报告-行业竞争格局与发展战略规划》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/525896525896.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

电动两轮车主要是指安装有可充电电池或其他电动推动马达的自行车和单脚滑行车。

我国电动两轮车自1995年发展以来，共历经四轮发展周期，分别是起步阶段（1995-1999年）、初步规模化阶段（2000-2004年）、高速发展期（2004-2013年）、成熟阶段（2013年至今）。目前我国电动两轮车正处于成熟的发展阶段。而进入2019年之后，随着新国标落地、新冠疫情催化、消费升级，将带来行业的新一轮发展。

电动两轮车发展历程

资料来源：公开资料整理

经过多年的发展，目前电动两轮车已成为国内重要的交通工具，仅次于自行车，占比到了24.72%。

电动两轮车在我国各类交通工具产量的占比

数据来源：公开数据整理

自2010年以来，我国电动两轮车产量保持在2500-3500万辆左右。具体来看，在2013-2018年期间，由于我国电动两轮车步入成熟期，存量替换的特征明显，市场增速明显放缓。但到2018年新国标颁发后，电动两轮车产量开始上涨。数据显示，2019年我国电动两轮车产量为3609万辆，同比增长10.1%；销量为3464万辆，同比增长12.14%。

2010-2019年我国电动两轮车产量情况

数据来源：公开数据整理

2010-2019年我国电动两轮车销量情况

数据来源：公开数据整理

尤其是进入2020年，受疫情带来的需求以及两轮电动车换购需求令整个两轮电动车市场再次暴发。行业内如雅迪、小牛等两轮电动车上市公司的股价也大幅增长。从2020年初到目前，雅迪累计涨幅达642.01%，小牛涨幅为237.75%。

出口方面，国际市场需求仍处于不断攀升中。尤其是欧洲市场对电动车的日益青睐，为我国电动两轮车行业带来了新的增长点。数据显示，2019年我国电动二轮车生产企业产品出口达到1406.43万辆，同比增长0.19%；出口金额为28.94亿美元，同比增长0.15%。

2013-2019年中国电动二轮车出口数量情况

数据来源：海关总署

2013-2019年中国电动二轮车出金额情况

数据来源：海关总署

企业方面，进入2013年以来，随着我国电动两轮车步入行业成熟发展期，企业数量每年都呈现递减的态势。而随着新国标的实施，未来我国电动两轮车企业的出清速度将进一步提高，市场集中度进一步提升。数据显示，2019年我国电动两轮车企业数为110家，同比下降72.5%。

2013-2019年我国电动两轮车企业数量情况

数据来源：公开数据整理

具体企业来看，雅迪、艾玛和台铃为我国电动两轮车行业头部企业，在2019年市占率分别达到了17%、14%和9%。

2019年我国电动两轮车企业竞争情况

数据来源：公开数据整理（WW）

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。《2020年中国电动两轮车市场调研报告-行业竞争格局与发展战略规划》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年中国电动两轮车行业发展概述

第一节 电动两轮车行业发展情况概述

- 一、电动两轮车行业相关定义
- 二、电动两轮车行业基本情况介绍
- 三、电动两轮车行业发展特点分析

第二节 中国电动两轮车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电动两轮车行业产业链条分析
- 三、中国电动两轮车行业上游环节分析
- 四、中国电动两轮车行业下游环节分析

第三节 中国电动两轮车行业生命周期分析

- 一、电动两轮车行业生命周期理论概述
- 二、电动两轮车行业所属的生命周期分析

第四节 电动两轮车行业经济指标分析

- 一、电动两轮车行业的赢利性分析
- 二、电动两轮车行业的经济周期分析
- 三、电动两轮车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电动两轮车行业进入壁垒分析

- 一、电动两轮车行业资金壁垒分析
- 二、电动两轮车行业技术壁垒分析
- 三、电动两轮车行业人才壁垒分析
- 四、电动两轮车行业品牌壁垒分析
- 五、电动两轮车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电动两轮车行业市场发展现状分析

第一节 全球电动两轮车行业发展历程回顾

第二节 全球电动两轮车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电动两轮车行业地区市场分析

- 一、亚洲电动两轮车行业市场现状分析
- 二、亚洲电动两轮车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电动两轮车行业市场前景分析

第四节 北美电动两轮车行业地区市场分析

- 一、北美电动两轮车行业市场现状分析
- 二、北美电动两轮车行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电动两轮车行业市场前景分析

第五节 欧盟电动两轮车行业地区市场分析

- 一、欧盟电动两轮车行业市场现状分析
- 二、欧盟电动两轮车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟电动两轮车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电动两轮车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电动两轮车行业市场规模预测

第三章 中国电动两轮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、全社会消费品电动两轮车总额
- 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 中国电动两轮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 中国电动两轮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 中国电动两轮车行业运行情况

第一节 中国电动两轮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

四、行业发展动态

第二节 中国电动两轮车行业市场规模分析

第三节 中国电动两轮车行业供应情况分析

第四节 中国电动两轮车行业需求情况分析

第五节 中国电动两轮车行业供需平衡分析

第六节 中国电动两轮车行业发展趋势分析

第五章 中国电动两轮车所属行业运行数据监测

第一节 中国电动两轮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 中国电动两轮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 中国电动两轮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年中国电动两轮车市场格局分析

第一节 中国电动两轮车行业竞争现状分析

一、中国电动两轮车行业竞争情况分析

二、中国电动两轮车行业主要品牌分析

第二节 中国电动两轮车行业集中度分析

一、中国电动两轮车行业市场集中度分析

二、中国电动两轮车行业企业集中度分析

第三节 中国电动两轮车行业存在的问题

第四节 中国电动两轮车行业解决问题的策略分析

第五节 中国电动两轮车行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国电动两轮车行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国电动两轮车行业需求特点与动态分析

第一节 中国电动两轮车行业消费者基本情况

第二节 中国电动两轮车行业消费者属性及偏好调查

第三节 电动两轮车行业成本分析

第四节 电动两轮车行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国电动两轮车行业价格现状分析

第六节 中国电动两轮车行业平均价格走势预测

一、中国电动两轮车行业价格影响因素

二、中国电动两轮车行业平均价格走势预测

三、中国电动两轮车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电动两轮车行业区域市场现状分析

第一节 中国电动两轮车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电动两轮车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电动两轮车市场规模分析

四、华东地区电动两轮车市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电动两轮车市场规模分析

四、华北地区电动两轮车市场规模预测

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、华南地区电动两轮车市场规模分析
- 四、华南地区电动两轮车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电动两轮车行业竞争情况

第一节 中国电动两轮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 中国电动两轮车行业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 中国电动两轮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 电动两轮车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电动两轮车行业发展前景分析与预测

第一节 中国电动两轮车行业未来发展前景分析

一、电动两轮车行业国内投资环境分析

二、中国电动两轮车行业市场机会分析

三、中国电动两轮车行业投资增速预测

第二节 中国电动两轮车行业未来发展趋势预测

第三节 中国电动两轮车行业市场发展预测

一、中国电动两轮车行业市场规模预测

二、中国电动两轮车行业市场规模增速预测

三、中国电动两轮车行业产值规模预测

四、中国电动两轮车行业产值增速预测

五、中国电动两轮车行业供需情况预测

第四节 中国电动两轮车行业盈利走势预测

一、中国电动两轮车行业毛利润同比增速预测

二、中国电动两轮车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电动两轮车行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 电动两轮车产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 电动两轮车行业投资风险分析

一、电动两轮车行业政策风险分析

二、电动两轮车行业技术风险分析

三、电动两轮车行业竞争风险

四、电动两轮车行业其他风险分析

第三节 电动两轮车行业企业经营发展分析及建议

一、电动两轮车行业经营模式

二、电动两轮车行业销售模式

三、电动两轮车行业创新方向

第四节 电动两轮车行业应对策略

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年中国电动两轮车行业发展战略及规划建议

第一节 中国电动两轮车行业品牌战略分析

一、电动两轮车企业品牌的重要性

二、电动两轮车企业实施品牌战略的意义

三、电动两轮车企业品牌的现状分析

四、电动两轮车企业的品牌战略

五、电动两轮车品牌战略管理的策略

第二节 中国电动两轮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 中国电动两轮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年中国电动两轮车行业发展策略及投资建议

第一节 中国电动两轮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 中国电动两轮车行业定价策略分析

第三节 中国电动两轮车行业营销渠道策略

一、电动两轮车行业渠道选择策略

二、电动两轮车行业营销策略

第四节 中国电动两轮车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电动两轮车行业重点投资区域分析

二、中国电动两轮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/525896525896.html>