

2022年中国两轮电动车市场分析报告- 市场营销环境与发展规划趋势

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《2022年中国两轮电动车市场分析报告-市场营销环境与发展规划趋势》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568263.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

两轮电动车是以车载蓄电池作为辅助能源，具有能实现电助动或电驱动功能的两轮车，依据新国标，我国两轮电动车可分为电动自行车、电动轻便摩托车和电动摩托车。相比其他交通工具，两轮电动车具有路线灵活、不拥堵、性价比高的出行优势。

1、市场欣欣向荣

近几年来，我国两轮电动车行业市场欣欣向荣。产销量方面，2020年我国两轮电动车产量达4834万辆，销量达4760万辆，成为近五年来产销量增速最快的一年。

资料来源：观研天下整理

2021年我国两轮电动车品牌哈啰销量突破了60万辆，销量提升速度行业第一。预计2021年我国电动车的销量将达5300万辆。

经济效益方面，以我国两轮电动车龙头企业——雅迪为例：根据该公司研报数据来看，近两天雅迪得营业收入快速增长。2019年雅迪的营业收入为119.7亿元；2020年其实现营业收入为193.6亿元，同比增长61.76%；2021年上半年其实现营收123.8亿元，同比继续增长63.9%。

资料来源：公司研报

2、原材料价格上涨

然而，在我国两轮电动车市场繁荣之际，其市场端价格呈现上涨态势，2021年我国两轮电动车市场端价格已经上涨了30%，过去一两千块钱就能够买到手的电动车，现在需要3000元以上。究其原因主要是因为其原材料价格的上涨。2021年我国电动车原材料可以说是从年初涨到年尾。

一方面，全球通胀导致大宗商品价格上涨。橡胶是双轮电动车的轮胎的主要原材料，从2020年第三季度开始，其价格便一直处在高位震荡，2021年第四季度橡胶价格再创新高，最高达到15425元/吨；电机是双轮电动车另一重要材料之一，而电机的原材料包含铜铁铝等，去年年底铝的均价从18500元/吨最高涨到了23500元/吨；另外，磁钢价格几乎是翻倍的上涨。另一方面，国家双碳政策的实施，冬奥会的召开，国内许多工厂限电限产，我国电池也跟进上涨了涨价大潮。除此之外，新冠肺炎疫情造成全球产业链供应链梗阻，一些依赖进口的零部件产量随之大幅降低，其价格也随即上涨。

3、多因素促进需求增长

（1）新国标持续落地，非标车过渡期即将结束

2019年，我国“《电动自行车安全技术规范》强制性国家标准”开始实施，这一标准被称为我国电动车行业的新国标，该标准将电动车分为机动车和非机动车，并在整车质量、车速、电动功率等方面分别作出了具体技术要求，指出不符合要求的“超标”车辆都将进入大范围的淘

汰期。政府给我国超标车留出的过渡期是3-5年，之后市场上所有的超标电动车均被淘汰。2019年我国两轮电动车的保有量约为3亿辆，其中不符合新国标要求高达到70%左右。按照国家给出的缓冲时间来算，2021-2024年是我国超标两轮电动车退出市场的过渡期，因此未来两年将是我国电动车替换增长的高峰期。而且，随着各地新国标过渡期限的临近，大量超标的两轮电动车将迎来清换，两轮电动车替换需求将迎来大幅上涨。

我国各地区超标两轮电动车过渡期截止时间情况	过渡期截止时间	地区	2020年
广东中山、江苏南京	2021年	天津、广东佛山、湖北咸宁、北京、甘肃兰州、上海、河南郑州、浙江杭州、浙江宁波、广东深圳	2022年
广东梅州、湖北宜昌、浙江衢州、湖南益阳、湖北荆州、重庆、福建福清、山东	2023年	湖南湘潭、云南昆明、广西南宁、湖南长沙、江西赣州、安徽合肥	2024年
江苏扬州、江苏无锡、江苏徐州、江苏泗洪、山西忻州、江西新余			

资料来源：观研天下整理

（2）外卖、同城快递、共享电单车刺激两轮电动车需求

近几年，我国“懒人经济”的蓬勃发展，外卖、同城快递等及时配送服务行业也随之快速发展，相关数据显示，目前我国的外卖员、快递员从业总人数高达1000万人，其中外卖骑手数量已经超过770万人，且有不断上涨的趋势。除此之外，“共享经济”下，我国共享电动车行业相关政策不断完善，行业愈发规范，共享单车的投放量也不断增加。而这些行业对两轮电单车的依赖度较高，因此外卖、同城配送、共享电单车行业的发展使得我国两轮电动车行业的需求不断增加。

（3）“双碳”背景下，环保绿色出行成为首选

在“碳达峰、碳中和”背景下，环保绿色出行成为首选，我国两轮电动车也因此驶上发展的快车道。

2021年11月份《中共中央国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》，明确了交通领域落实“双碳”战略的方向：优化交通运输结构；推广节能低碳型交通工具；积极引导低碳出行。要加快形成绿色低碳交通运输方式，加强绿色基础设施建设，推广新能源、智能化、数字化、轻量化交通装备，鼓励引导绿色出行，让交通更加环保、出行更加低碳。因此两轮电动车所代表的绿色出行也变成了大势所趋。这在一定程度上刺激了我国广大消费者对双轮电动车的需求。

整体来看，在我国新国标持续落地，各地非标双轮电动车过渡临近结束，双碳背景下低碳绿色出行成为首选，以及外卖、同城配送和共享电单车蓬勃发展这三大因素的推动下，未来几年我国两轮电动车需求将迎来爆发式增长。

另外，当前我国两轮电动车行业供给端原材料价格上涨，而需求端旺盛，因此短期来看，预计今年我国两轮电动车市场价格将继续迎来小规模上涨。（LQM）

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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国两轮电动车行业发展概述

第一节 两轮电动车行业发展情况概述

一、两轮电动车行业相关定义

二、两轮电动车行业基本情况介绍

三、两轮电动车行业发展特点分析

四、两轮电动车行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、两轮电动车行业需求主体分析

第二节 中国两轮电动车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、两轮电动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、中国两轮电动车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国两轮电动车行业生命周期分析

一、两轮电动车行业生命周期理论概述

二、两轮电动车行业所属的生命周期分析

第四节 两轮电动车行业经济指标分析

一、两轮电动车行业的赢利性分析

二、两轮电动车行业的经济周期分析

三、两轮电动车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国两轮电动车行业进入壁垒分析

一、两轮电动车行业资金壁垒分析

二、两轮电动车行业技术壁垒分析

三、两轮电动车行业人才壁垒分析

四、两轮电动车行业品牌壁垒分析

五、两轮电动车行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球两轮电动车行业市场发展现状分析

第一节 全球两轮电动车行业发展历程回顾

第二节 全球两轮电动车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲两轮电动车行业地区市场分析

一、亚洲两轮电动车行业市场现状分析

二、亚洲两轮电动车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲两轮电动车行业市场前景分析

第四节 北美两轮电动车行业地区市场分析

一、北美两轮电动车行业市场现状分析

二、北美两轮电动车行业市场规模与市场需求分析

三、北美两轮电动车行业市场前景分析

第五节 欧洲两轮电动车行业地区市场分析

一、欧洲两轮电动车行业市场现状分析

- 二、欧洲两轮电动车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲两轮电动车行业市场前景分析
- 第六节2022-2027年世界两轮电动车行业分布走势预测
- 第七节2022-2027年全球两轮电动车行业市场规模预测

第三章 中国两轮电动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、全社会消费品零售总额
- 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 中国两轮电动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 中国两轮电动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 中国两轮电动车行业运行情况

第一节 中国两轮电动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 中国两轮电动车行业市场规模分析

第三节 中国两轮电动车行业供应情况分析

第四节 中国两轮电动车行业需求情况分析

第五节 我国两轮电动车行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国两轮电动车行业供需平衡分析

第七节 中国两轮电动车行业发展趋势分析

第五章 中国两轮电动车所属行业运行数据监测

第一节 中国两轮电动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 中国两轮电动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 中国两轮电动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 2018-2022年中国两轮电动车市场格局分析

第一节 中国两轮电动车行业竞争现状分析

一、中国两轮电动车行业竞争情况分析

二、中国两轮电动车行业主要品牌分析

第二节 中国两轮电动车行业集中度分析

一、中国两轮电动车行业市场集中度影响因素分析

二、中国两轮电动车行业市场集中度分析

第三节 中国两轮电动车行业存在的问题

第四节 中国两轮电动车行业解决问题的策略分析

第五节 中国两轮电动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2018-2022年中国两轮电动车行业需求特点与动态分析

第一节 中国两轮电动车行业消费市场动态情况

第二节 中国两轮电动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 两轮电动车行业成本结构分析

第四节 两轮电动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 中国两轮电动车行业价格现状分析

第六节 中国两轮电动车行业平均价格走势预测

一、中国两轮电动车行业价格影响因素

二、中国两轮电动车行业平均价格走势预测

三、中国两轮电动车行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国两轮电动车行业区域市场现状分析

第一节 中国两轮电动车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区两轮电动车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区两轮电动车市场规模分析

四、华东地区两轮电动车市场规模预测

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、华中地区两轮电动车市场规模分析

四、华中地区两轮电动车市场规模预测

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、华南地区两轮电动车市场规模分析

四、华南地区两轮电动车市场规模预测

第五节 华北地区两轮电动车市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区两轮电动车市场规模分析

四、华北地区两轮电动车市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区两轮电动车市场规模分析

四、东北地区两轮电动车市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区两轮电动车市场规模分析

四、西部地区两轮电动车市场规模预测

第九章2018-2022年中国两轮电动车行业竞争情况

第一节 中国两轮电动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 中国两轮电动车行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国两轮电动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 两轮电动车行业企业分析（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 2022-2027年中国两轮电动车行业发展前景分析与预测

第一节 中国两轮电动车行业未来发展前景分析

- 一、两轮电动车行业国内投资环境分析
- 二、中国两轮电动车行业市场机会分析
- 三、中国两轮电动车行业投资增速预测

第二节 中国两轮电动车行业未来发展趋势预测

第三节 中国两轮电动车行业市场发展预测

- 一、中国两轮电动车行业市场规模预测
- 二、中国两轮电动车行业市场规模增速预测
- 三、中国两轮电动车行业产值规模预测
- 四、中国两轮电动车行业产值增速预测
- 五、中国两轮电动车行业供需情况预测

第四节 中国两轮电动车行业盈利走势预测

- 一、中国两轮电动车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国两轮电动车行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国两轮电动车行业投资风险与营销分析

第一节 两轮电动车行业投资风险分析

- 一、两轮电动车行业政策风险分析
- 二、两轮电动车行业技术风险分析
- 三、两轮电动车行业竞争风险分析
- 四、两轮电动车行业其他风险分析

第二节 两轮电动车行业应对策略

- 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2022-2027年中国两轮电动车行业发展战略及规划建议

第一节 中国两轮电动车行业品牌战略分析

- 一、两轮电动车企业品牌的重要性
- 二、两轮电动车企业实施品牌战略的意义
- 三、两轮电动车企业品牌的现状分析
- 四、两轮电动车企业的品牌战略
- 五、两轮电动车品牌战略管理的策略

第二节 中国两轮电动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 中国两轮电动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2022-2027年中国两轮电动车行业发展策略及投资建议

第一节 中国两轮电动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 中国两轮电动车行业营销渠道策略

一、两轮电动车行业渠道选择策略

二、两轮电动车行业营销策略

第三节 中国两轮电动车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国两轮电动车行业重点投资区域分析

二、中国两轮电动车行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568263.html>