

2019年中国电踏车行业分析报告- 产业竞争现状与发展战略评估

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《2019年中国电踏车行业分析报告-产业竞争现状与发展战略评估》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/379427379427.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

一、行业市场规模 我国一直以来民众出行的主要工具是自行车，是重要的自行车市场。传统自行车的局限性随着城市化进程的不断加快、城市面积的扩大而加大，是的研发和生产电动自行车成为必然的趋势。随着电动自行车技术逐步走向成熟实用化，由于节能、经济、环保以及并兼有机动车的省力省时特点，符合当今中国消费者的消费特征和需求，使得电动自行车短短几年的发展便拥有庞大的消费群。

与日本和欧美市场相比，我国的电动自行车市场以纯电力驱动的电动自行车产品为主，以人力为主、机械力为辅的电踏车未能成为发展重点。由于价格低廉，适合当时我国的购买力，因此纯电动自行车在我国能够迅速的流行。但纯电动自行车具有自重大、车体材料的硬度和韧性较差以及骑行的距离较短、安全系数较低等问题。但由于人口基数庞大与拥有优良的骑行传统，我国是电踏车行业重要的潜在市场。

近年来我国电动自行车销量不断增长。根据数据显示，2017年我国电动自行车销量达到700万辆，比2016年同比增长了约16.67%。由此可见我国电动自行车的市场前景可观。

在产量方面，2018年1-4月我国电动自行车产量为799.32万辆，比2017年同比增长8.62%。1-4月全国共有19省市生产电动自行车，按产量排名情况，江苏、天津、山东、河南、浙江、广东、四川、陕西、安徽、湖北地区分别位于前十。其中江苏省2018年1-4月电动自行车的产量排名第一位。

2013-2018年中国电动自行车产量走势 数据来源：中国统计局，观研天下整理

2018年1-4月全国19省市电动自行车产量排名 数据来源：中国统计局，观研天下整理

二、市场竞争格局

1、行业的技术水平和技术特点

(1) 电踏车电气系统技术水平和技术特点

在电机方面，随着信息技术、材料技术、能源技术的进步，微电机技术正在进入一个新的发展阶段。无刷电机的研发取得显著成果，无刷直流电机、无刷自整角机、无刷旋转变压等电机品种已进入商业化生产；电机外观向微型轻薄化发展。在控制器方面，控制方式发生转变，正弦波控制方式技术广泛应用，具有低噪音，高扭矩，高效率等优势；在电池方面，电源管理技术的发展和胶体电池的技术突破，提高了电池的容量和循环使用寿命；在传感器方面，力矩传感器仍然是中高端电踏车电气系统的主要技术壁垒，BOSCH、禧玛诺、雅马哈的主要电踏车电气系统均采用力矩传感器。

(2) 电踏车行业技术水平和技术特点

随着电踏车的普及和产业的发展，力矩传感器、自动变速技术、电池技术将继续成为研发热点。低成本、高能力矩传感器，能够使用控制算法对人力进行估计的无力矩传感器方案。同时电池技术的研究也是行业研发热点，考虑到整车重量，选取的电池容量较小，整车的续航能力并不强，高密度容量电池也将得到更多的应用。

随着我国企业逐渐ODM业务模式转变，并开始向OBM模式渗透，企业对设备效率、成本控制、产品质量的要求不断提高，使得信息技术的应用程度和生产设备的自动化程度逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。

2、行业的周期性、区域性及季节性特征

（1）周期性

脚踏车的消费需求与经济的持续增长、人们生活和收入水平的提高、对生活质量的追求等密不可分，因此，行业周期性特征与经济总体的周期性基本一致。从长期来看，随着我国经济增长由政策刺激向自主增长的有序转变，随着产业升级、节能降耗及环境保护带来的新型工业化建设需求，预计国内整个电驱动系统行业还将处于一个持续上升的周期当中。

（2）区域性

相对而言，华东、华北、东北、西南等地的电机厂商较多，其中东部沿海地区为密集；电动车辆电机控制器制造业对技术以及工艺要求较高，目前具备电动车辆电机控制器独立研发和生产的企業不多，主要分布在华南以及华东地区。天津、江苏、浙江和广东是我国主要的电动自行车产业集聚地，国内从事脚踏车整车装配的厂家亦主要集中在上述地区。目前，脚踏车的终端消费市场主要集中在欧洲、日本和美国。

3、主要壁垒

（1）技术壁垒

脚踏车电机及配套电气系统属于机电一体化行业，涉及机械、电机、控制、信号采集及处理、电化学等多学科交叉领域，跨度大，对产品的研发、设计提出了较大的挑战，具有较高的技术壁垒。行业新进入者很难在短时间内通过自主研发开发出具有市场竞争力的电气系统产品，进入行业的技术门槛较高。

（2）客户壁垒

脚踏车品牌商或整车装配商通常根据其脚踏车辆的性能特点来设计和配置对应的电机及配套电气系统产品，更换其他品牌的产品需要上游供应商付出相应的设计及研发成本。同时电机和控制器作为脚踏车驱动系统核心部件，生产厂家一般会与下游整车厂建立战略合作关系，共同研发推出新车型。因此品牌商或整车装配商与电机及配套电气系统生产厂家建立了较为稳定的合作关系后不会轻易中断。同时，脚踏车主要消费地欧洲属于多语种地区，售前培训及售后服务的本地化难度较高，需要从业者具备国际化的视野，并拥有一定的境外经营管理经验。新企业短期内较难被主流品牌商或整车装配商认可，导致行业新进入者面临较高的客户壁垒。

（3）品牌壁垒

由于电机及配套电气系统是脚踏车的核心部件，其质量和性能会直接影响到用户体验和用户认同度，终端消费者在采购脚踏车时也会将电气系统品牌作为重要考量因素。因此，品牌商及整车装配厂通常会选择具有品牌知名度、研发能力强、产品性能好、售后服务能力强的电机及配套电气系统生产企业作为长期合作供应商，构成了行业的品牌壁垒。

4、主要竞争企业

国际主要竞争企业

罗伯特·博世有限公司（BOSCH）

创立于1886年，初从事汽车技术、消费品和能源及建筑技术，发展到现代开始进军家电行业，成为德国乃至世界电气工业巨头。博世生产的Ebike系列自行车动力系统是国际电踏车市场的知名品牌。

禧玛诺（Shimano）

创立于1921年，是一家专业生产和销售自行车零件、钓鱼具、滑雪板和高尔夫用品的跨国集团公司。禧玛诺生产的电机、传感器是国际电踏车市场的知名品牌。

雅马哈发动机株式会社（YAMAHA）

是一家日本公司，成立于1955年，是世界上早成功开发电动自行车的企业。雅马哈发动机的核心技术，包括以摩托车开发为起点的小型发动机技术、以船舶船体生产为起点的FRP加工技术，进而还发展出控制技术与组件技术，在半个世纪中对应着事业的多样化与全球化。

资料来源：公开资料整理

国内主要竞争企业

新安乃达驱动技术（上海）股份有限公司

成立于2001年，主要从事电机及驱动系统的研发、营销、采购供应和生产制造。新安乃达驱动技术（上海）股份有限公司于2016年11月21日在新三板挂牌。

苏州盛亿电机有限公司

成立于2003年，是以研发、生产、销售和服务为一体的专业电踏车电机制造企业。公司一直专注于开发及生产电动自行车电机及成套系统，目前的公司产品有电动自行车、电踏车、滑板车电机、轮毂发电机和铲车电机、摩擦轮等客户定制的电机。

苏州工业园区同盛车业有限公司

成立于1998年，是国内第一家生产电动自行车电控系统的专业生产厂家，产品涵盖电机、控制器、仪表、刹把、开关等，现为我国电动自行车行业配套产品的重要生产厂家之一。公司自主研发电动自行车用新型中置电机TSDZ2和TSDZ3以及力矩传感器驱动系统等三大类产品。

天津金米特科技股份有限公司

成立于2011年，主营业务为电动自行车仪表、传感器、充电桩及其他电气配件的设计、制造与销售。天津金米特科技股份有限公司于2017年9月29日在新三板挂牌，股票简称为金米特，股票代码872249。公司的客户主要为国内外电动自行车生产商，终产品的消费群体主要集中在欧洲地区。资料来源：公开资料整理

三、发展方向

现阶段我国出现的共享单车行业主要以共享自行车为主，其主要解决1-3公里的出

行问题。但未来3-10公里是共享单车行业需要解决的出行问题。

2018年5月15日，根据国家标准管理程序，工业和信息化部组织修订的《电动自行车安全技术规范》强制性国家标准（GB17761-2018），由国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会《中华人民共和国国家标准公告（2018年第7号）》批准发布，自2019年4月15日正式实施。

新的国家标准，将电动自行车定义为“以车载蓄电池作为辅助能源，具有脚踏骑行能力，能实现电助动或/和电驱动功能的两轮自行车”，并对电动自行车的整车安全、机械安全、电气安全、防火性能、阻燃性能、无线电骚扰特性和使用说明书的主要技术要求及相应的试验方法进行了规定。新的国家标准对脚踏骑行功能进行了强制性规定，将大大促进我国电踏车行业的发展，预计未来我国的电踏车市场前景十分广阔。（ww）

观研天下发布的《2019年中国电踏车行业分析报告-产业竞争现状与发展战略评估》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国电踏车行业发展概述

第一节 电踏车行业发展情况概述

一、电踏车行业相关定义

二、电踏车行业基本情况介绍

三、电踏车行业发展特点分析

第二节 中国电踏车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电踏车行业产业链条分析

三、中国电踏车行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电踏车行业生命周期分析

一、电踏车行业生命周期理论概述

二、电踏车行业所属的生命周期分析

第四节 电踏车行业经济指标分析

一、电踏车行业的赢利性分析

二、电踏车行业的经济周期分析

三、电踏车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电踏车行业进入壁垒分析

一、电踏车行业资金壁垒分析

二、电踏车行业技术壁垒分析

三、电踏车行业人才壁垒分析

四、电踏车行业品牌壁垒分析

五、电踏车行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球电踏车行业市场发展现状分析

第一节 全球电踏车行业发展历程回顾

第二节 全球电踏车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电踏车行业地区市场分析

一、亚洲电踏车行业市场现状分析

二、亚洲电踏车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电踏车行业市场前景分析

第四节 北美电踏车行业地区市场分析

一、北美电踏车行业市场现状分析

二、北美电踏车行业市场规模与市场需求分析

三、北美电踏车行业市场前景分析

第五节 欧盟电踏车行业地区市场分析

一、欧盟电踏车行业市场现状分析

二、欧盟电踏车行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟电踏车行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界电踏车行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球电踏车行业市场规模预测

第三章 中国电踏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、全社会消费品电踏车总额

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 中国电踏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 中国电踏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 中国电踏车行业运行情况

第一节 中国电踏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 中国电踏车行业市场规模分析

第三节 中国电踏车行业供应情况分析

第四节 中国电踏车行业需求情况分析

第五节 中国电踏车行业供需平衡分析

第六节 中国电踏车行业发展趋势分析

第五章 中国电踏车所属行业运行数据监测

第一节 中国电踏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 中国电踏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 中国电踏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 2016-2018年中国电踏车市场格局分析

第一节 中国电踏车行业竞争现状分析

一、中国电踏车行业竞争情况分析

二、中国电踏车行业主要品牌分析

第二节 中国电踏车行业集中度分析

一、中国电踏车行业市场集中度分析

二、中国电踏车行业企业集中度分析

第三节 中国电踏车行业存在的问题

第四节 中国电踏车行业解决问题的策略分析

第五节 中国电踏车行业竞争力分析

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

第七章 2016-2018年中国电踏车行业需求特点与动态分析

第一节 中国电踏车行业消费市场动态情况

第二节 中国电踏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 电踏车行业成本分析

第四节 电踏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 中国电踏车行业价格现状分析

第六节 中国电踏车行业平均价格走势预测

- 一、中国电踏车行业价格影响因素
- 二、中国电踏车行业平均价格走势预测
- 三、中国电踏车行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国电踏车行业区域市场现状分析

第一节 中国电踏车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地电踏车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电踏车市场规模分析
- 四、华东地区电踏车市场规模预测

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、华中地区电踏车市场规模分析
- 四、华中地区电踏车市场规模预测

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、华南地区电踏车市场规模分析

第九章 2016-2018年中国电踏车行业竞争情况

第一节 中国电踏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 中国电踏车行业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 中国电踏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 电踏车行业企业分析（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 2019-2025年中国电踏车行业发展前景分析与预测

第一节 中国电踏车行业未来发展前景分析

一、电踏车行业国内投资环境分析

二、中国电踏车行业市场机会分析

三、中国电踏车行业投资增速预测

第二节 中国电踏车行业未来发展趋势预测

第三节 中国电踏车行业市场发展预测

一、中国电踏车行业市场规模预测

二、中国电踏车行业市场规模增速预测

三、中国电踏车行业产值规模预测

四、中国电踏车行业产值增速预测

五、中国电踏车行业供需情况预测

第四节 中国电踏车行业盈利走势预测

一、中国电踏车行业毛利润同比增速预测

二、中国电踏车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国电踏车行业投资风险与营销分析

第一节 电踏车行业投资风险分析

一、电踏车行业政策风险分析

二、电踏车行业技术风险分析

三、电踏车行业竞争风险

四、电踏车行业其他风险分析

第二节 电踏车行业企业经营发展分析及建议

一、电踏车行业经营模式

二、电踏车行业销售模式

三、电踏车行业创新方向

第三节 电踏车行业应对策略

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 2019-2025年中国电踏车行业发展策略及投资建议

第一节 中国电踏车行业品牌战略分析

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

第二节 中国电踏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 中国电踏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 2019-2025年中国电踏车行业发展策略及投资建议

第一节 中国电踏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 中国电踏车行业定价策略分析

第三节 中国电踏车行业营销渠道策略

- 一、电踏车行业渠道选择策略
- 二、电踏车行业营销策略

第四节 中国电踏车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电踏车行业重点投资区域分析
- 二、中国电踏车行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/379427379427.html>