

2021年中国电动自行车市场分析报告- 市场供需现状与发展动向研究

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《2021年中国电动自行车市场分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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/531840531840.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

电动自行车，是指以蓄电池作为辅助能源在普通自行车的基础上，安装了电操纵部件和显示仪表系统的机电一体化的个人交通工具。我国电动自行车行业上游是生产电动自行车部件的企业和供应商，下游主要是多种渠道的经销商。

我国电动自行车行业产业链 资料来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 节能减排：相较于其他交通工具来说，电动自行车不会排出有毒的气体、造成空气污染，且消耗的能源较少，是一种绿色的出行工具，有利于可持续发展。

(2) 安全性：电动自行车不与汽车为伍，且相较于摩托车而言速度较慢，大大减少了交通安全事故的发生。

(3) 便利性：电动自行车充电便捷，使用也很便利，使用群体广泛，需求大。

(4) 成本较低：电动自行车所花费的费用不高，节省投资。

我国电动自行车优势 资料来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 续航能力弱：电动自行车由于电池容量限制，只适合短距离路程的使用。

(2) 刹车性能差：由于材料、操作不当、超速行驶等原因，电动自行车刹车极有可能在使用一段时间后老化失灵。

(3) 维修复杂：相较于普通自行车来说，电动自行车更容易损坏，如转把不灵，控制器烧坏、爆胎等。

我国电动自行车劣势 资料来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 在互联网+的背景之下，我国电动自行车行业也将步入智能化时代，在智能化、信息化、交互性等方面突破，运用新技术促进行业的转型升级。

(2) 目前，城市化进程处于不断推进之中，人们的消费水平逐渐提高，对交通工具和出行方式的要求也越来越高。而电动自行车因其便利、舒适、环保的特性，未来发展潜力较大。

(3) 为了支持我国电动自行车行业的发展，国家发布了一系列相关政策，为我国电动自行车行业的发展带来了机遇。

我国电动自行车行业相关政策

政策

时间

要点

《中国自行车行业“十二五”规划》

2011年2月

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。

《中国制造2025》

2015年5月

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。

《中华人民共和国节约能源法》

2016年7月

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；鼓励使用非机动车工具出行。

《轻工业发展规划（2016 - 2020年）》

2016年8月

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。

《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》

2016年11月

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。

《强制性产品认证实施规则-电动自行车》

2018年7月

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。

《中华人民共和国节约能源法（2018年修正）》

2018年10月

国家鼓励在新建建筑和既有建筑节能改造中使用新型墙体材料等节能建筑材料和节能设备，安装和使用太阳能等可再生能源利用系统。

《关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见的通知》

2019年3月

提出加强监管，推进新标准实施，进一步规范电动自行车生产、销售和使用管理。

《产业结构调整指导目录（2019年本）》

2019年10月

鼓励“节能建筑、绿色建筑、装配式建筑技术、产品的研发与推广”。首次将“建筑保温装饰一体板产品”列入国家发改委产业结构调整目录。资料来源：公开资料整理

在政策鼓励等多因素的影响下，我国电动自行车产量一直保持在较高的水平。据统计，2020年我国电动自行车产量为2966.1万，预计未来还将保持持续增长。

2015-2020年我国电动自行车产量 数据来源：工信部

四、威胁分析

目前，我国电动自行车行业市场集中度逐渐提升，市场分化将进一步加速，市场份额将集中在更有竞争优势的头部企业。据统计，2018年我国电动自行车行业市场销量前五的品牌总销量占比达44%，排名前十的品牌销量占比达到了总销量的58%。中小企业想要在行业生存必须提高自身实力，提高产品质量，加快转型升级。

2018年我国电动自行车行业市场集中度

数据来源：公开资料整理（wqq）

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年中国电动自行车市场分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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年中国电动自行车行业发展概述

第一节 电动自行车行业发展情况概述

一、电动自行车行业相关定义

二、电动自行车行业基本情况介绍

三、电动自行车行业发展特点分析

四、电动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、电动自行车行业需求主体分析

第二节 中国电动自行车行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电动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、中国电动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 中国电动自行车行业生命周期分析

一、电动自行车行业生命周期理论概述

二、电动自行车行业所属的生命周期分析

第四节 电动自行车行业经济指标分析

一、电动自行车行业的赢利性分析

二、电动自行车行业的经济周期分析

三、电动自行车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电动自行车行业进入壁垒分析

一、电动自行车行业资金壁垒分析

二、电动自行车行业技术壁垒分析

三、电动自行车行业人才壁垒分析

四、电动自行车行业品牌壁垒分析

五、电动自行车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电动自行车行业市场发展现状分析

第一节 全球电动自行车行业发展历程回顾

第二节 全球电动自行车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电动自行车行业地区市场分析

一、亚洲电动自行车行业市场现状分析

二、亚洲电动自行车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电动自行车行业市场前景分析

第四节 北美电动自行车行业地区市场分析

一、北美电动自行车行业市场现状分析

二、北美电动自行车行业市场规模与市场需求分析

三、北美电动自行车行业市场前景分析

第五节 欧洲电动自行车行业地区市场分析

一、欧洲电动自行车行业市场现状分析

二、欧洲电动自行车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲电动自行车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电动自行车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电动自行车行业市场规模预测

第三章 中国电动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、全社会消费品电动自行车总额

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 中国电动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 中国电动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 中国电动自行车行业运行情况

第一节 中国电动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 中国电动自行车行业市场规模分析

第三节 中国电动自行车行业供应情况分析

第四节 中国电动自行车行业需求情况分析

第五节 我国电动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 中国电动自行车行业供需平衡分析

第七节 中国电动自行车行业发展趋势分析

第五章 中国电动自行车所属行业运行数据监测

第一节 中国电动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 中国电动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 中国电动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年中国电动自行车市场格局分析

第一节 中国电动自行车行业竞争现状分析

一、中国电动自行车行业竞争情况分析

二、中国电动自行车行业主要品牌分析

第二节 中国电动自行车行业集中度分析

一、中国电动自行车行业市场集中度影响因素分析

二、中国电动自行车行业市场集中度分析

第三节 中国电动自行车行业存在的问题

第四节 中国电动自行车行业解决问题的策略分析

第五节 中国电动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年中国电动自行车行业需求特点与动态分析

第一节 中国电动自行车行业消费市场动态情况

第二节 中国电动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 电动自行车行业成本结构分析

第四节 电动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 中国电动自行车行业价格现状分析

第六节 中国电动自行车行业平均价格走势预测

一、中国电动自行车行业价格影响因素

二、中国电动自行车行业平均价格走势预测

三、中国电动自行车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电动自行车行业区域市场现状分析

第一节 中国电动自行车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电动自行车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电动自行车市场规模分析
- 四、华东地区电动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、华中地区电动自行车市场规模分析
- 四、华中地区电动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、华南地区电动自行车市场规模分析
- 四、华南地区电动自行车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电动自行车行业竞争情况

第一节 中国电动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 中国电动自行车行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国电动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 电动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年中国电动自行车行业发展前景分析与预测

第一节 中国电动自行车行业未来发展前景分析

- 一、电动自行车行业国内投资环境分析
- 二、中国电动自行车行业市场机会分析
- 三、中国电动自行车行业投资增速预测

第二节 中国电动自行车行业未来发展趋势预测

第三节 中国电动自行车行业市场发展预测

- 一、中国电动自行车行业市场规模预测
- 二、中国电动自行车行业市场规模增速预测
- 三、中国电动自行车行业产值规模预测
- 四、中国电动自行车行业产值增速预测
- 五、中国电动自行车行业供需情况预测

第四节 中国电动自行车行业盈利走势预测

- 一、中国电动自行车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电动自行车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电动自行车行业投资风险与营销分析

第一节 电动自行车行业投资风险分析

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

第二节 电动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年中国电动自行车行业发展战略及规划建议

第一节 中国电动自行车行业品牌战略分析

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

第二节 中国电动自行车行业市场的重点客户战略实施

- 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 电动自行车行业竞争力提升策略

一、电动自行车行业产品差异性策略

二、电动自行车行业个性化服务策略

三、电动自行车行业的促销宣传策略

四、电动自行车行业信息智能化策略

五、电动自行车行业品牌化建设策略

六、电动自行车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国电动自行车行业发展策略及投资建议

第一节 中国电动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 中国电动自行车行业营销渠道策略

一、电动自行车行业渠道选择策略

二、电动自行车行业营销策略

第三节 中国电动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、中国电动自行车行业重点投资区域分析

二、中国电动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/531840531840.html>