

中国电动车行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）

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《中国电动车行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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/202308/653765.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

气候恶化问题正在逼迫世界各国加大减碳力度，目前全球已有 138 个国家设定了碳中和目标。为了实现该目标，各国纷纷制定了相应的政策以鼓励大家绿色出行。例如英国最高补贴 20%，德国最高补贴 28%，法国补贴 26%，荷兰补贴 35%，美国部分州市针对两轮电动车还设定了返点计划等。

欧洲两轮电动车补贴政策汇总 国家 最高补贴力度 5000元电动车最高抵扣（元） 英国 20% 1000 德国 28% 1400 法国 26% 1300 荷兰 35% 1750

资料来源：观研天下数据中心整理

此外，泰国和印尼也都相继推出了电摩补贴，菲律宾也给予电动两轮车关税减免，政策催化下欧洲和东南亚电动两轮车或将进入快速导入期。数据显示，海外每年会产生2700万辆电动摩托车需求，凭借多年的技术积累，如果能吃下其中的60%，那中国将获得972亿元的市场空间，潜力巨大。

东南亚地区部分国家相关禁摩/补贴政策

国家	相关禁摩/补贴政策
越南	政府要求2030年后5个中央直辖市部分地区限行或禁止摩托车(“禁摩令”)。
泰国	2022年8月内阁决议批准29.23亿泰铢(约5.85亿人民币)对电摩、电动车进行补贴，零售价不超过15万泰铢(约3万人民币)的电动摩托车单车补贴1.8万泰铢。
印尼	自2023年3月起，每辆电动摩托车补贴700万印尼盾(约3165元人民币)。印尼政府2023年将拨款1.7亿印尼盾，为25万辆电动摩托车提供补贴，其中包括20万辆新电动摩托车和5万辆改装电动摩托车。
菲律宾	自2023年开始，在未来五年内给予电动摩托车、电动两轮车及其零部件进口关税减免。

资料来源：观研天下数据中心整理

在此背景下，作为电动两轮车发源地，中国电动两轮车厂商拥有完善的产品矩阵、丰富的渠道管理经验和成熟的产业链支撑。目前国内电动车企业都在积极推动全球化迈向纵深发展，以爱玛、新日、绿源、台铃、九号、雅迪、小牛等为首的行业实力品牌纷纷开始以战略合作、海外建厂、快速物流响应等方式快速融入海外市场。预计随着布局的深化，国内玩家有望获得更大的市场份额、主导欧洲和东南亚两轮车电动化进程。

国内电动车企业加速全球化 企业 全球化布局 爱玛 作为中国两轮电动车品牌高端突破的典范，爱玛旗下多款旗舰高端车型深受海外用户青睐，海外销量呈现爆发式增长，在2022半年报中，爱玛国际业务收入为1.17亿元，收入同比增长了111.69%，业绩增长率远超两轮电动车出口大盘的增速。新日 2022年报显示，新日外销毛利率为25.31%，远超国内市场。新日在路演时也公开表示，之后业绩增速可能主要来自海外，目前已在发力建厂和建渠道。新日还针对不同国家实施不同策略，着力扩大海外市场的份额。目前已在印尼开展CKD海外组装项目，且筹划在欧洲成立分公司，组建本土化运营团队。绿源 作为行业元老级企业，绿源出海历史悠久。1998年，绿源参加广交会，为绿源带来第一批洽谈业务的海外客商；2003年，绿源参加德国展会，与日本、印度尼西亚等多国企业建立合作；2021年，绿源贵港智

能工厂建成并全面启动，成为绿源进军东盟市场的优质军备力量；2023年，绿源与泰国当地合作伙伴正式启动营销计划和工厂建设，推动品牌在当地的发展，市场触觉敏锐的绿源，在全球市场的开拓早已先行了一大步。台铃作为中国电动车产业链唯一的联合国电动出行合作伙伴，台铃是联合国环境署在全球环境治理中的一支重要的“中国力量”，台铃打造了全球化运营的团队，建立全球营销网络，成立单独的国际市场产品线，为其全球化的布局加分提速。九号九号将海外深厚的滑板文化融入新产品的研发中，创造出既具备时尚因子又符合环保、智能、实用理念的电动滑板车，成功分享到海外共享滑板车大热的一杯羹，让电动滑板车成为新一代世界级出行潮流，产品销量常年占据全球市场份额第一。2022年，九号公司实现营业收入101.24亿元，境外营业收入573,949.05万元，占比56.7%。为探索更深入的市场需求，九号公司还与兰博基尼、奔驰、奥迪、西雅特、玛莎拉蒂等全球著名品牌展开联名合作。雅迪在中国电动车品牌出海的浪潮中，雅迪先后通过建立行业首家独立全资海外基地、设立欧洲运营中心、率先携手电商巨头亚马逊、搭建本地团队等方式，精准洞悉全球用户的出行需求进行针对性产品开发，成功深度融入海外市场。小牛在全球两轮出行市场转型的浪潮下，小牛推出“微出行”战略新品电动滑板车、电动助力自行车产品陆续进入澳大利亚以及欧美市场，推动国际市场份额提升。2022年，小牛电动车收入28.54亿元，其中国际市场收入4.94亿元，占比17.3%。

资料来源：观研天下数据中心整理（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国电动车行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国电动车行业发展概述

第一节 电动车行业发展情况概述

- 一、电动车行业相关定义
- 二、电动车特点分析
- 三、电动车行业基本情况介绍
- 四、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、电动车行业需求主体分析

第二节 中国电动车行业生命周期分析

- 一、电动车行业生命周期理论概述
- 二、电动车行业所属的生命周期分析

第三节 电动车行业经济指标分析

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

第二章 2019-2023年全球电动车行业市场发展现状分析

第一节 全球电动车行业发展历程回顾

第二节 全球电动车行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲电动车行业地区市场分析

- 一、亚洲电动车行业市场现状分析
- 二、亚洲电动车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电动车行业市场前景分析

第四节 北美电动车行业地区市场分析

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

第五节 欧洲电动车行业地区市场分析

- 一、欧洲电动车行业市场现状分析
- 二、欧洲电动车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲电动车行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界电动车行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球电动车行业市场规模预测

第三章 中国电动车行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对电动车行业的影响分析

第三节中国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

三、主要行业标准

第四节政策环境对电动车行业的影响分析

第五节中国电动车行业产业社会环境分析

第四章 中国电动车行业运行情况

第一节中国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

第二节中国电动车行业市场规模分析

一、影响中国电动车行业市场规模的因素

二、中国电动车行业市场规模

三、中国电动车行业市场规模解析

第三节中国电动车行业供应情况分析

一、中国电动车行业供应规模

二、中国电动车行业供应特点

第四节中国电动车行业需求情况分析

一、中国电动车行业需求规模

二、中国电动车行业需求特点

第五节中国电动车行业供需平衡分析

第五章 中国电动车行业产业链和细分市场分析

第一节中国电动车行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、电动车行业产业链图解

第二节中国电动车行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对电动车行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对电动车行业的影响分析

第三节我国电动车行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国电动车行业市场竞争分析

第一节中国电动车行业竞争现状分析

一、中国电动车行业竞争格局分析

二、中国电动车行业主要品牌分析

第二节中国电动车行业集中度分析

一、中国电动车行业市场集中度影响因素分析

二、中国电动车行业市场集中度分析

第三节中国电动车行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国电动车行业模型分析

第一节中国电动车行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国电动车行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国电动车行业SWOT分析结论

第三节中国电动车行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国电动车行业需求特点与动态分析

第一节中国电动车行业市场动态情况

第二节中国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

第三节电动车行业成本结构分析

第四节电动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

第五节中国电动车行业价格现状分析

第六节中国电动车行业平均价格走势预测

- 一、中国电动车行业平均价格趋势分析
- 二、中国电动车行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国电动车行业所属行业运行数据监测

第一节中国电动车行业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

第二节中国电动车行业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

第三节中国电动车行业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

第十章 2019-2023年中国电动车行业区域市场现状分析

第一节中国电动车行业区域市场规模分析

- 一、影响电动车行业区域市场分布的因素
- 二、中国电动车行业区域市场分布

第二节中国华东地区电动车行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电动车行业市场分析
 - (1) 华东地区电动车行业市场规模
 - (2) 华东地区电动车行业市场现状
 - (3) 华东地区电动车行业市场规模预测

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、华中地区电动车行业市场分析
 - (1) 华中地区电动车行业市场规模
 - (2) 华中地区电动车行业市场现状
 - (3) 华中地区电动车行业市场规模预测

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、华南地区电动车行业市场分析
 - (1) 华南地区电动车行业市场规模
 - (2) 华南地区电动车行业市场现状
 - (3) 华南地区电动车行业市场规模预测

第五节华北地区电动车行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区电动车行业市场分析

- (1) 华北地区电动车行业市场规模
- (2) 华北地区电动车行业市场现状
- (3) 华北地区电动车行业市场规模预测

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、东北地区电动车行业市场分析
 - (1) 东北地区电动车行业市场规模
 - (2) 东北地区电动车行业市场现状
 - (3) 东北地区电动车行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区电动车行业市场分析
 - (1) 西南地区电动车行业市场规模
 - (2) 西南地区电动车行业市场现状
 - (3) 西南地区电动车行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区电动车行业市场分析
 - (1) 西北地区电动车行业市场规模
 - (2) 西北地区电动车行业市场现状
 - (3) 西北地区电动车行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国电动车行业发展前景分析与预测

第一节中国电动车行业未来发展前景分析

一、电动车行业国内投资环境分析

二、中国电动车行业市场机会分析

三、中国电动车行业投资增速预测

第二节中国电动车行业未来发展趋势预测

第三节中国电动车行业规模发展预测

一、中国电动车行业市场规模预测

二、中国电动车行业市场规模增速预测

三、中国电动车行业产值规模预测

四、中国电动车行业产值增速预测

五、中国电动车行业供需情况预测

第四节中国电动车行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国电动车行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国电动车行业进入壁垒分析

一、电动车行业资金壁垒分析

二、电动车行业技术壁垒分析

三、电动车行业人才壁垒分析

四、电动车行业品牌壁垒分析

五、电动车行业其他壁垒分析

第二节电动车行业风险分析

一、电动车行业宏观环境风险

二、电动车行业技术风险

三、电动车行业竞争风险

四、电动车行业其他风险

第三节中国电动车行业存在的问题

第四节中国电动车行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国电动车行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国电动车行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国电动车行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 电动车行业营销策略分析

一、电动车行业产品策略

二、电动车行业定价策略

三、电动车行业渠道策略

四、电动车行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202308/653765.html>