

中国电动两轮车行业现状深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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《中国电动两轮车行业现状深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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/202404/704841.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

电动两轮车是指以蓄电池作为辅助能源在两轮车的基础上，安装了电机、控制器、显示仪表系统等部件的机电一体化个人交通工具。主要包括电动自行车、电动摩托车、电动轻便摩托车等，其中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，安装了电机、控制器、蓄电池、转把闸把等操纵部件和显示仪表系统的交通工具。

资料来源：公开资料、观研天下整理

近些年来，我国电动两轮车销量不断增长，到2022年我国电动两轮车销量约为6070万辆，同比增长22.0%。而根据工信部数据显示，截至2023年我国电动自行车保有量已达 3.5 亿辆，2023 年全国规模以上企业累计生产电动自行车 4228 万辆。

资料来源：观研天下整理

企业方面来看，伴随着技术发展及政策的支持，我国电动两轮车不断发展，也出现了不少龙头品牌，比如雅迪、爱玛和台铃等，其中雅迪市场占比最高，占比为26.90%；其次是爱玛，占比为18.00%；第三是台铃，占比为14.70%。

资料来源：观研天下整理

具体来看，我国电动两轮车行业相关企业中上市企业有雅迪控股 (01585)、爱玛科技 (603529)、新日股份 (603787)等，而其他知名度较高品牌有台铃和小刀电动车。

我国电动两轮车行业相关企业情况

公司简称

上市时间

竞争优势

雅迪控股 (01585)

2016-05-19

生产及规模优势：雅迪集团拥有天津、江苏、浙江、广东四大生产基地及一家工业设计技术中心,总占地面积约1200亩，年产能逾600万辆。

销售优势：年销量400万台以上,销售网点遍布全国30多个省市,全国有1782家分销商、10120家高标准的终端门店,渠道覆盖率居行业前列。

爱玛科技 (603529)

2021-06-15

生产及销售优势：爱玛科技总部位于天津市公司在全国范围内拥有天津、江苏、浙江、广东、广西、河南、重庆7大生产基地,1个杭州智能化中心,同时公司在全球经销商累计超过1900家,终端门店数量超过3万个。

业务优势：公司为满足全球客户与用户的需求,在集团下设国内事业部、国际事业部、创投事业部三大业务板块,并布局爱玛、斯波兹曼、爱玛车服等多个产品品牌和服务业务,使业务领域覆盖绿色智能舒适出行的多个方面。

新日股份 (603787)

2017-04-27

专利优势：截止至2022年12月31日,公司拥有发明专利授权13项、申请13项,实用新型专利授权142项、申请7项,及外观设计专利授权205项、申请4项,涉外专利授权5项,PC T发明专利申请4项。

研发优势：公司拥有“省级智能电动车辆工程技术研究中心”、“省级企业技术中心”“省级企业院士工作站”、“省级博士后科研工作站”等技术平台,拥有自主的研发中心、检测中心、实验室等,强有力的保证了企业的技术发展和科研创新。

台铃

-

销售优势：行销全国及美国、韩国、澳大利亚等50多个国家。

质量优势：通过ISO9001认证、ISO14001认证、五星级品牌认证、五星级售后服务认证、欧盟EEC认证、韩国KC认证等

小刀电动车

-

生产优势：小刀电动车现拥有十余条国际标准的全自动化生产线,并有电机测工仪、盐雾试验箱、双震源架叉疲劳试验机、万能试验机、硬度计等多种先进检测设备,年产量可达一百多万台。

技术优势：独创的“三速电动车”(专利号:ZL2015100327446)、“自适应节电储能型直流无刷控制器”(专利号:ZL200920302780X)、“智能型电动车驱动系统(专利号:ZL2012202871234)”等发明专利、实用新型专利和外观设计专利共计达一百余项,填补了行业多项技术空白。

资料来源：公司资料、观研天下整理

从企业业绩来看,近三年雅迪控股、爱玛科技营业收入与归母净利润均为增长趋势。

资料来源：公司资料、观研天下整理

资料来源：公司资料、观研天下整理(XD)

注：上述信息仅供参考,图表均为样式展示,具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入,具体内容请联系客服确认,以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国电动两轮车行业现状深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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、电动两轮车特点分析

三、电动两轮车行业基本情况介绍

四、电动两轮车行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、电动两轮车行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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

第五节欧洲电动两轮车行业地区市场分析

一、欧洲电动两轮车行业市场现状分析

二、欧洲电动两轮车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲电动两轮车行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界电动两轮车行业分布走势预测

第七节 2024-2031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两轮车行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对电动两轮车行业的影响分析

第五节中国电动两轮车行业产业社会环境分析

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

第二节中国电动两轮车行业市场规模分析

一、影响中国电动两轮车行业市场规模的因素

二、中国电动两轮车行业市场规模

三、中国电动两轮车行业市场规模解析

第三节中国电动两轮车行业供应情况分析

一、中国电动两轮车行业供应规模

二、中国电动两轮车行业供应特点

第四节中国电动两轮车行业需求情况分析

一、中国电动两轮车行业需求规模

二、中国电动两轮车行业需求特点

第五节中国电动两轮车行业供需平衡分析

第五章 中国电动两轮车行业产业链和细分市场分析

第一节中国电动两轮车行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、电动两轮车行业产业链图解

第二节中国电动两轮车行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对电动两轮车行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对电动两轮车行业的影响分析

第三节我国电动两轮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年中国电动两轮车行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国电动两轮车行业市场集中度分析

第三节中国电动两轮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年中国电动两轮车行业模型分析

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、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

第二节中国电动两轮车行业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、中国电动两轮车行业SWOT分析结论

第三节中国电动两轮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市场动态情况

第二节中国电动两轮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

第三节电动两轮车行业成本结构分析

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平均价格趋势分析

二、中国电动两轮车行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国电动两轮车行业所属行业运行数据监测

第一节中国电动两轮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

第二节中国电动两轮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

第三节中国电动两轮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析

一、影响电动两轮车行业区域市场分布的因素

二、中国电动两轮车行业区域市场分布

第二节中国华东地区电动两轮车行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电动两轮车行业市场分析

(1) 华东地区电动两轮车行业市场规模

(2) 华南地区电动两轮车行业市场现状

(3) 华东地区电动两轮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、华中地区电动两轮车行业市场分析

(1) 华中地区电动两轮车行业市场规模

(2) 华中地区电动两轮车行业市场现状

(3) 华中地区电动两轮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、华南地区电动两轮车行业市场分析

(1) 华南地区电动两轮车行业市场规模

(2) 华南地区电动两轮车行业市场现状

(3) 华南地区电动两轮车行业市场规模预测

第五节华北地区电动两轮车行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电动两轮车行业市场分析

(1) 华北地区电动两轮车行业市场规模

(2) 华北地区电动两轮车行业市场现状

(3) 华北地区电动两轮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、东北地区电动两轮车行业市场分析

(1) 东北地区电动两轮车行业市场规模

(2) 东北地区电动两轮车行业市场现状

(3) 东北地区电动两轮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、西南地区电动两轮车行业市场分析

(1) 西南地区电动两轮车行业市场规模

(2) 西南地区电动两轮车行业市场现状

(3) 西南地区电动两轮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、西北地区电动两轮车行业市场分析

- (1) 西北地区电动两轮车行业市场规模
- (2) 西北地区电动两轮车行业市场现状
- (3) 西北地区电动两轮车行业市场规模预测

第十一章 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 2024-2031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规模发展预测

- 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

第十三章 2024-2031年中国电动两轮车行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节电动两轮车行业风险分析

- 一、电动两轮车行业宏观环境风险
- 二、电动两轮车行业技术风险
- 三、电动两轮车行业竞争风险
- 四、电动两轮车行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国电动两轮车行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国电动两轮车行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国电动两轮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

第三节电动两轮车行业营销策略分析

- 一、电动两轮车行业产品策略
- 二、电动两轮车行业定价策略
- 三、电动两轮车行业渠道策略
- 四、电动两轮车行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/704841.html>