

2021年中国共享太阳能电动车市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2021年中国共享太阳能电动车市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/537022537022.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

共享单车是指企业在校园、地铁站点、公交站点、居民区、商业区、公共服务区等提供自行车单车共享服务，而共享太阳能电动车提供的是将太阳能转化成电能对车进行供电的电动自行车共享服务。

一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。目前，我国太阳能共享电动车行业供应商主要是的电池、电动车控制器和太阳能电池板等生产厂家。其中，电池和太阳能电池板由于生产厂家数量较少，其议价能力较强，而电动车控制器发展时间较早，生产厂家数量众多，其议价能力较弱。

根据数据显示，我国动力电池PACK行业装机量从2014年的7.85万套增长至2019年的124.19万套，2019年较2018年有所回落；动力电池PACK行业规模也回落至522.48亿元。

2014-2019年我国动力电池PACK行业装机量统计情况 数据来源：公开资料整理

2014-2019年我国动力电池PACK行业市场规模统计情况 数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

购买者主要通过压价与要求提供较高的产品或服务品质的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。太阳能共享电动车不同于其他市场上的产品，其他产品是有专人进行销售，通过各种销售渠道来打开市场，对消费者逐步进行了解。而太阳能共享电车是早已定好价格通过APP来实现定位，以供消费者使用，所以不用与消费者进行面对面的交流。太阳能共享电车只需要在所投放的片区进行充分的广告宣传来让大众所了解并且所属的功能可以被消费者所接受就可以达到很好的效果。

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。对于太阳能共享电车来说，目前是一些使用人群比较少的共享单车以及不太常见的共享电动车。同时，太阳能共享电动车行业虽然存在着无限商机，但是却存在着担忧，共享电动车没有受到政府大力支持，安全性比较小，所以要做到可持续发展，必须以安全为中心来发展。

根据相关调研数据显示，在每周使用频次上，每周使用电单车1-2次以及3次以上的受访用户均占到三成左右。因此，在一定程度上，共享电单车的使用频次还算可观。

2020中国共享电单车用户周使用频次 数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。严格的意义上来讲，每件产品都会有相应的替代品，太阳能共享电车可以间接

的被共享汽车所替代。目前可以直接被共享单车代替，它们都是同样的经营模式通过下载APP、进行GPS定位来吸引消费者，但相比之下太阳能共享电车的使用费率具有更高的性价比，所以不易被代替。

根据数据显示，2019年中国共享电单车数量已超过100万辆，收入规模达30亿元；预计2025年共享电单车投放车辆将超过800万辆。

2017-2025年中国共享电单车投放规模及预测 数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

太阳能共享电车虽然是未来产品，但是它的竞争者仍然是共享电动车以及共享单车。以共享单车为例，在经过市场无序竞争和残酷洗牌后，共享单车行业已从前些年的摩拜、ofo“双寡头”时代，演进为如今的哈啰、美团单车、青桔单车“三国杀”格局，而资本也依然对这一领域持有热情。这也加剧了太阳能共享电车行业的市场竞争。

2016-2019年中国共享经济领域直接融资规模统计及增长情况 数据来源：公开资料整理

以共享电动车来说，目前，我国共享电动车行业市场竞争非常激烈。根据中国自行车协会数据显示，预计2020年中国共享电单车领域市场交易规模增长至124.10亿元，相比2019年增长近80亿元。市场份额方面，根据易观分析，2020年10月，青桔以订单交易指数42.5位居中国共享电单车行业榜首，哈啰和美团分别以37.6和18.6位列二三位。同时，我国共享两轮车活跃用户数排名前三甲的分别为青桔单车、哈啰出行和美团单车，用户数分别为3491.6万、3153.2万、2262.4万。

2020年10月共两轮车市场小程序端月度活跃用户规模

数据来源：公开资料整理（WYD）

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年中国共享太阳能电动车市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。

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年中国共享太阳能电动车行业发展概述

第一节 共享太阳能电动车行业发展情况概述

- 一、共享太阳能电动车行业相关定义
- 二、共享太阳能电动车行业基本情况介绍
- 三、共享太阳能电动车行业发展特点分析
- 四、共享太阳能电动车行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、共享太阳能电动车行业需求主体分析

第二节 中国共享太阳能电动车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、共享太阳能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、中国共享太阳能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 中国共享太阳能电动车行业生命周期分析

- 一、共享太阳能电动车行业生命周期理论概述
- 二、共享太阳能电动车行业所属的生命周期分析

第四节 共享太阳能电动车行业经济指标分析

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

第五节 中国共享太阳能电动车行业进入壁垒分析

- 一、共享太阳能电动车行业资金壁垒分析
- 二、共享太阳能电动车行业技术壁垒分析
- 三、共享太阳能电动车行业人才壁垒分析
- 四、共享太阳能电动车行业品牌壁垒分析
- 五、共享太阳能电动车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球共享太阳能电动车行业市场发展现状分析

第一节 全球共享太阳能电动车行业发展历程回顾

第二节 全球共享太阳能电动车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲共享太阳能电动车行业地区市场分析

- 一、亚洲共享太阳能电动车行业市场现状分析
- 二、亚洲共享太阳能电动车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲共享太阳能电动车行业市场前景分析

第四节 北美共享太阳能电动车行业地区市场分析

- 一、北美共享太阳能电动车行业市场现状分析
- 二、北美共享太阳能电动车行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美共享太阳能电动车行业市场前景分析

第五节 欧洲共享太阳能电动车行业地区市场分析

- 一、欧洲共享太阳能电动车行业市场现状分析
- 二、欧洲共享太阳能电动车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲共享太阳能电动车行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界共享太阳能电动车行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球共享太阳能电动车行业市场规模预测

第三章 中国共享太阳能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、全社会消费品共享太阳能电动车总额
- 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 中国共享太阳能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 中国共享太阳能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 中国共享太阳能电动车行业运行情况

第一节 中国共享太阳能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 中国共享太阳能电动车行业市场规模分析

第三节 中国共享太阳能电动车行业供应情况分析

第四节 中国共享太阳能电动车行业需求情况分析

第五节 我国共享太阳能电动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 中国共享太阳能电动车行业供需平衡分析

第七节 中国共享太阳能电动车行业发展趋势分析

第五章 中国共享太阳能电动车所属行业运行数据监测

第一节 中国共享太阳能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 中国共享太阳能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 中国共享太阳能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 2017-2020年中国共享太阳能电动车市场格局分析

第一节 中国共享太阳能电动车行业竞争现状分析

一、中国共享太阳能电动车行业竞争情况分析

二、中国共享太阳能电动车行业主要品牌分析

第二节 中国共享太阳能电动车行业集中度分析

一、中国共享太阳能电动车行业市场集中度影响因素分析

二、中国共享太阳能电动车行业市场集中度分析

第三节 中国共享太阳能电动车行业存在的问题

第四节 中国共享太阳能电动车行业解决问题的策略分析

第五节 中国共享太阳能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 2017-2020年中国共享太阳能电动车行业需求特点与动态分析

第一节 中国共享太阳能电动车行业消费市场动态情况

第二节 中国共享太阳能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 共享太阳能电动车行业成本结构分析

第四节 共享太阳能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 中国共享太阳能电动车行业价格现状分析

第六节 中国共享太阳能电动车行业平均价格走势预测

一、中国共享太阳能电动车行业价格影响因素

二、中国共享太阳能电动车行业平均价格走势预测

三、中国共享太阳能电动车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国共享太阳能电动车行业区域市场现状分析

第一节 中国共享太阳能电动车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区共享太阳能电动车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区共享太阳能电动车市场规模分析

四、华东地区共享太阳能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、华中地区共享太阳能电动车市场规模分析

四、华中地区共享太阳能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、华南地区共享太阳能电动车市场规模分析

四、华南地区共享太阳能电动车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国共享太阳能电动车行业竞争情况

第一节 中国共享太阳能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 中国共享太阳能电动车行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国共享太阳能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 共享太阳能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 2021-2026年中国共享太阳能电动车行业发展前景分析与预测

第一节 中国共享太阳能电动车行业未来发展前景分析

- 一、共享太阳能电动车行业国内投资环境分析
- 二、中国共享太阳能电动车行业市场机会分析
- 三、中国共享太阳能电动车行业投资增速预测

第二节 中国共享太阳能电动车行业未来发展趋势预测

第三节 中国共享太阳能电动车行业市场发展预测

- 一、中国共享太阳能电动车行业市场规模预测
- 二、中国共享太阳能电动车行业市场规模增速预测
- 三、中国共享太阳能电动车行业产值规模预测
- 四、中国共享太阳能电动车行业产值增速预测
- 五、中国共享太阳能电动车行业供需情况预测

第四节 中国共享太阳能电动车行业盈利走势预测

- 一、中国共享太阳能电动车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国共享太阳能电动车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国共享太阳能电动车行业投资风险与营销分析

第一节 共享太阳能电动车行业投资风险分析

- 一、共享太阳能电动车行业政策风险分析
- 二、共享太阳能电动车行业技术风险分析
- 三、共享太阳能电动车行业竞争风险分析
- 四、共享太阳能电动车行业其他风险分析

第二节 共享太阳能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 2021-2026年中国共享太阳能电动车行业发展战略及规划建议

第一节 中国共享太阳能电动车行业品牌战略分析

- 一、共享太阳能电动车企业品牌的重要性

二、共享太阳能电动车企业实施品牌战略的意义

三、共享太阳能电动车企业品牌的现状分析

四、共享太阳能电动车企业的品牌战略

五、共享太阳能电动车品牌战略管理的策略

第二节 中国共享太阳能电动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 中国共享太阳能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

第四节 共享太阳能电动车行业竞争力提升策略

一、共享太阳能电动车行业产品差异性策略

二、共享太阳能电动车行业个性化服务策略

三、共享太阳能电动车行业的促销宣传策略

四、共享太阳能电动车行业信息智能化策略

五、共享太阳能电动车行业品牌化建设策略

六、共享太阳能电动车行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国共享太阳能电动车行业发展策略及投资建议

第一节 中国共享太阳能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 中国共享太阳能电动车行业营销渠道策略

一、共享太阳能电动车行业渠道选择策略

二、共享太阳能电动车行业营销策略

第三节 中国共享太阳能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、中国共享太阳能电动车行业重点投资区域分析

二、中国共享太阳能电动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/537022537022.html>