2020年中国电动自行车市场前景研究报告-市场现状与发展前景研究

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《2020年中国电动自行车市场前景研究报告-市场现状与发展前景研究》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：https://baogao.chinabaogao.com/qiche/508015508015.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

我国自新世纪以来，电动自行车行业迎来蓬勃发展，目前已经逐步发展成为国内重要的交通工具，特别是在二、三、四、五线城市拥有十分广泛的应用，预计未来有着很大的发展空间。

一方面，《新国标》推动行业高质量发展，催生国内替换需求。虽然在1999年，我国就曾发布关于电动自行车的国家标准，但近年来，由于旧国标执行不严格，我国电动自行车道路交通事故及火灾事故频发且数量呈逐年增长趋势，由此造成大量人员伤亡。事故暴露出电动自行车在生产标准、产品质量、停放充电等方面存在突出问题。

为解决上述问题，2018年9月，工信部等四部门发布了《电动自行车安全技术规范》国家标准（简称新国标），调整完善了电动自行车最高车速、整车质量、脚踏骑行能力等技术要求，并于2019年4月15日起正式强制实施。

《旧国标》与《新国标》对电动自行车的主要技术要求及区别情况

项目

新国标

旧国标

整车质量

不大于55kg

不大于40kg

提示音

行驶速度超过15km/h时持续发出提示音

-

制动性能

以最高车速电动骑行时，其干态同时使用前后闸的制动距离应不大于7m，湿态同时使用前后闸的制动距离应不大于9m

以最高车速电动骑行时，其干态制动距离应不大于4m，湿态制动距离应不大于15m

最高车速

不大于25km/h，且控制系统内应当具有防速度篡改设计

不大于20km/h

整车尺寸

整车高度小于或等于1100mm；车体宽度（除车把、脚蹬部分外）小于或等于450mm；前、后轮中心距小于或等于1250mm；鞍座高度大于或等于635mm；鞍座长度小于或等于350mm

-

脚踏行驶能力
30min的脚踏行驶距离应不小于5km
30min的脚踏行驶距离应不小于7km
电动机功率
额定连续输出功率应不大于400W
额定连续输出功率应不大于240W
蓄电池的标称电压
蓄电池的标称电压应不大于48V
蓄电池的标称电压应不大于48V资料来源：公开资料整理

新国标对电动自行车的技术要求作了较大调整，其中一项技术变化就是含电池在内的整车重量由40公斤调整为55公斤。可见其执行将促进电动自行车轻量化，将推动电动自行车配备锂电池比例显著提升。

资料来源：公开资料整理

与此同时，在简称新国标开始正式实施后。为了让超标车逐步有序地退出市场，北京、天津、浙江等地相继出台政策，为超标车设置过渡期。除个别城市过渡期为5年及以上之外，其余城市大部分过渡期为3年。我国目前电动车存量超过3亿，其中超标车超过2.5亿辆，这意味着未来3年要完成相当一部分的替换目标。预计在2021年-2022年，我国电动车市场将出现一个销量峰值，峰值可能在4500-5000万辆/年。

全国各地超标电动自行车过渡期政策情况

新国标给电动自行车带来影响分析

促进电动自行车轻量化

新国标对电动自行车的技术要求作了较大调整，其中一项技术变化就是含电池在内的整车重量由40公斤调整为55公斤。虽然含电池在内的整车重量要求有所提升，但电动自行车铅蓄电池重量多为16.4-35.5kg。若仍然采用铅蓄电池，则会有整体重量超标的风险，而将其替换为同等电量的锂离子电池，其重量将下降至3.7-9.2kg，使得电动自行车整车重量将有一个明显的下降，且续航里程将会有一定的提升。过去一段时间部分地区新的电动自行车申报的情况已经出现明显的锂电化趋势。

推动电动自行车配备锂电池比例显著提升

铅酸电池相较锂电池，最大的优势在于产品价格，而电动车恰恰又是一个价格敏感型的产品，所以在过去很长一段时间内，铅酸电池牢牢占据了电动车市场的绝对多数地位。但随着新国标的落地，铅酸电池已经无法满足新标准对于电动自行车整车重量55Kg的上限，因此电动自行车配套锂电的占比快速提升。高工产研锂电研究所（GGII）数据显示，2019年中国自行车用锂电池出货量达5.45GWh，同比增长61.5%。受下游需求强势拉动，预计2020年将提升至8.45GWh，同比增长55%。

智能化成为新的核心竞争力

在消费者满意度调研结果中，用户对智能化一项的平均打分低于及格线。这体现了随着消费升级趋势下，用户对于电动车的需求已经发生了深刻变革。颜值设计、特色功能、智能交互以及骑行文化都成为了新一代用户关注的要点。以小牛、速珂、E客为代表的品牌车企已经基本实现了基于传感器-车辆ECU-大数据后台-用户端APP的完整数据链路，来进行车辆实时定位、车况监测、行驶数据记录、用户远程控制、OTA升级等功能。资料来源：公开资料整理

另一方面，快递、外卖等配送市场的崛起带来我国电动自行车增量和替换需求。

近年来网购和新零售等配送需求催发了快递和即时配送物流市场的发展。自2008年以来中国规模以上快递业务量基本均保持在30%以上的增速，2019年超500亿件，到2020年上半年338.8亿件，338.8亿件，并逐渐形成了顺丰和“四通一达”等寡头垄断的格局。2014年开始即时配送开始爆发，即时配送从同城、小件、外卖领域切入，逐步拓展到生鲜、商超配送领域，2019年已经有接近200亿单的服务量，行业中形成了美团、蜂鸟、达达、闪送等规模较大的服务商。

外卖市场，目前根据统计的部分主流配送平台的配送员数量，可以保守估计有超过600万辆的快递/外卖等电动自行车的保有量，这部分用户群体对于电动自行车有高的续航里程和较大的载物量的要求。远期来看，这部分市场对于电动自行车的需求有望超过1000万辆，且由于使用习惯频次较高，电动自行车的更换周期较其他常规的使用方式较短，一般一年左右就要更换一次，为行业带来了显著的增量和替换需求。

目前部分主流快递、外卖、即时配送平台活跃配送员数目

省份

城市

过渡期

具体政策

直辖市

北京

3年

超标电动车购买者需在2018年11月1日至2019年4月30日期间，向公安机关交通管理部门申领临时标识，过渡期内应悬挂标识上路。设置3年过渡期，过渡期自2018年11月1日开始，至2021年10月31日截止。

天津

3年

天津市对不符合国家标准的二轮电动自行车统一安装临时牌照，设置3年过渡期。过渡期至2021年5月8日截止。

上海

3年

过渡期至2021年12月31日截止。
重庆
3年
过渡期至2022年10月14日截止。
浙江
全省统一
3年
浙江省实行备案登记车辆制度（包括已经公安机关防盗备案登记的车辆），使用期限至2021年12月31日止。现阶段已经购买的超标车设置3年过渡期，2021年12月31日后，报废车辆可折价置换符合新国标的电动自行车。
安徽
合肥
3年
过渡期自2021年1月起，2023年12月截止。2024年后禁止上路，对未按规定办理登记上牌，领取临时通行标志及临时通行标志过渡期结束仍上路通行的，公安部门
将严格依法处罚。
江苏
南京
2年
过渡期至2020年12月31日截止，限19年4月15日前购买的超标车。
扬州
5年
过渡期至2024年4月14日截止，限19年4月15日前购买的超标车。
无锡
5年
过渡期至2024年4月14日截止，限19年4月15日前购买的超标车。
徐州
5年
过渡期至2024年4月14日截止，限19年4月15日前购买的超标车。
泗洪
5年
过渡期至2024年4月14日截止。
山东
全省统一
3年

过渡期至2022年12月31日截止，限19年4月15日前购买的超标车。
湖南
长沙
4年
过渡期至2023年12月31日截止，超标车需根据不同车型持有不同驾驶证。
株洲
4年
过渡期至2023年12月31日截止，超标车需根据不同车型持有不同驾驶证。
湘潭
4年
过渡期至2023年3月1日截止，限19年4月15日前购买的电动车。
江西
赣州
5年
为超标车设立10个月免费办理临时号牌时间，为超标车设立5年过渡期，过渡期至2023年12月31日截止。
新余
5年
过渡期至2024年9月30日截止，限19年4月15日前购买的超标车。
咸宁
3年
集中上牌，合标车5年有效期，超标车3年过渡期。过渡时间为2018年8月20日至2021年8月19日。
湖北
荆州
3年
过渡期至2022年9月30日截止，限19年6月19日前购买的超标车。
宜昌
3年
过渡期至2022年4月30日截止。
山西
忻州
5年
电动车实行上牌政策，超标电动车有5年的过渡期，自2018年5月1日开始实施，过渡期至2024年4月14日截止。

河南
郑州
3年
郑州市对超标车进行免费上牌，并对消费者已经购买的超标电动车实行过渡期制度，过渡期为3年，时间为2019年1月1日至2021年12月31日。
登封
3年
当地政府对消费者已购超标电动车实行过渡期管理，过渡期为3年。
甘肃
兰州
3年
为过渡期管理办法之前购入，但因未纳入产品目录不能登记上牌的电动自行车和残疾人机动轮椅车设置3年过渡期，自2018年11月9日至2021年11月8日。
广州
佛山
2年
佛山市只对符合旧国标且进入《广东省电动自行车生产企业及产品目录》的电动自行车办理临时号牌。过渡期至2021年6月15日截止。
中山
1年
中山市不符合新国标也不符合旧国标的电动自行车过渡期为1年，过渡期至2020年6月20日截止。
3年
中山市符合旧国标的电动自行车过渡期为3年，过渡期至2022年4月15日截止。
梅州
3年
过渡期至2022年4月15日截止。
福建
福清
3年
过渡期至2022年10月31日截止。
云南
昆明
4年
过渡期至2023年4月14日截止。

资料来源：公开资料整理（WW）

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。《2020年中国电动自行车市场前景研究报告-市场现状与发展前景研究》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 欧盟电动自行车行业地区市场分析
一、欧盟电动自行车行业市场现状分析

二、欧盟电动自行车行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟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
1、行业技术发展现状
2、行业技术专利情况
3、技术发展趋势分析
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进出口形势分析
一、进口形势分析
二、出口形势分析
三、进出口价格对比分析
第六节 我国电动自行车行业细分市场分析（2015-2019年）
一、细分市场一
二、细分市场二
三、其它细分市场
第七节 中国电动自行车行业供需平衡分析
第八节 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分析
二、中国电动自行车行业企业集中度分析
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 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
第四节 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1
一、企业概况
二、主营业务
三、运营情况分析

四、公司优劣势分析
第二节 企业2
一、企业概况
二、主营业务
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业3
一、企业概况
二、主营业务
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第四节 企业4
一、企业概况
二、主营业务
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第五节 企业5
一、企业概况
二、主营业务
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定价策略分析
第三节 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
第四节 中国电动自行车行业价格策略
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
图表详见报告正文·····
更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/qiche/508015508015.html