

2020年中国共享充电宝市场前景研究报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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年中国共享充电宝市场前景研究报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/dianzishebei/508250508250.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

美团共享充电宝业务被曝重启，开始进行疯狂地推，掀起百城大战。近两个月，美团共享充电宝加快了铺设的步伐。共享充电宝是指企业提供的充电租赁设备，用户使用移动设备扫描设备屏幕上的二维码交付押金，即可租借一个充电宝，充电宝成功归还后，押金可随时提现并退回账户。目前共享充电宝有桌面固定式、小机柜移动式和大机柜移动式三大产品形态，分别应用于不同的场景，以满足用户应急充电和移动充电的需求。

从共享充电宝产业链上来看，上游供应商主要包括原材料采购和硬件、软件的生产加工等；通过中间的运营、代理商服务商供应下游的应用渠道。由于行业产品类型较为单一，随着市场竞争性的增强，下游入驻成本增加，商户分成比例从2017年的0%-20%，增长到2019年的50%-80%。对于末端的消费者来说，收费单价上涨，租借市场缩短，但行业整体用户规模还是有所上升。

中国共享充电宝产业链 数据来源：公开资料整理

2016年中国共享充电宝进行初步的探索，主要产品类型确定。2017年3月到9月，处于资本爆发式期，到2017年下半年到2018年三季度，多家平台停止运营或宣布破产清算，市场由狂热回归冷静，头部企业和二三线企业的差距逐步拉开，市场格局初步形成。2018年9月至今，市场需求和盈利空间得到验证，竞争加剧，行业整体进入关键发展期。

中国共享充电宝重要发展历程 数据来源：公开资料整理

自2016年以来，中国共享充电宝整体行业快速发展。用户规模从0.32亿人发展到2019年的3.05亿人，年复合增长率达112.02%；2019年共享充电宝市场规模达到79.1亿元，同比增长高达141.3%。初步预计到2020年，我国共享充电宝用户规模将超过4亿人，市场规模将达92.6亿元。到2022年，预计共享充电宝市场规模将达241亿元，同比增长50%。

2016-2020年中国共享充电宝用户规模及预测 数据来源：公开资料整理

2016-2022年中国共享充电宝市场规模、同比增长及预测

数据来源：公开资料整理

目前中国共享充电宝市场发展迅猛，行业集中度较高，“三电一兽”竞争格局已基本形成。2019年共享充电宝行业中，街电排名第一，市场份额占比28.6%；小电科技紧随其后，占比27%；然后是怪兽充电，市场份额为25.1%；来电科技排名第四，占比15.6%；其他充电宝企业市场份额仅占3.7%。

2019年中国共享充电市场竞争格局 数据来源：公开资料整理

2017年美团关闭共享充电宝业务时，美团点评高级副总裁王慧文曾评价其为“未来市场规模不够大，战略协同价值也不够大”的业务。然而时至今日，在行业格局趋于稳定，且各家向持续盈利深入探索的时期，美团又回来了。目前在餐饮商户铺设共享充电宝业务方面美团得天独厚，但在会场、车站、机场等大场景，其他品牌则处于领先地位。因此市场或将进一步集中，但是最后格局如何还需继续观察。（LJ）

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年中国共享充电宝市场前景研究报告-市场规模现状与发展趋势分析》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年中国共享充电宝行业发展概述

第一节 共享充电宝行业发展情况概述

- 一、共享充电宝行业相关定义
- 二、共享充电宝行业基本情况介绍
- 三、共享充电宝行业发展特点分析

第二节 中国共享充电宝行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、共享充电宝行业产业链条分析

三、中国共享充电宝行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国共享充电宝行业生命周期分析

一、共享充电宝行业生命周期理论概述

二、共享充电宝行业所属的生命周期分析

第四节 共享充电宝行业经济指标分析

一、共享充电宝行业的赢利性分析

二、共享充电宝行业的经济周期分析

三、共享充电宝行业附加值的提升空间分析

第五节 中国共享充电宝行业进入壁垒分析

一、共享充电宝行业资金壁垒分析

二、共享充电宝行业技术壁垒分析

三、共享充电宝行业人才壁垒分析

四、共享充电宝行业品牌壁垒分析

五、共享充电宝行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球共享充电宝行业市场发展现状分析

第一节 全球共享充电宝行业发展历程回顾

第二节 全球共享充电宝行业市场区域分布情况

第三节 亚洲共享充电宝行业地区市场分析

一、亚洲共享充电宝行业市场现状分析

二、亚洲共享充电宝行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲共享充电宝行业市场前景分析

第四节 北美共享充电宝行业地区市场分析

一、北美共享充电宝行业市场现状分析

二、北美共享充电宝行业市场规模与市场需求分析

三、北美共享充电宝行业市场前景分析

第五节 欧盟共享充电宝行业地区市场分析

一、欧盟共享充电宝行业市场现状分析

二、欧盟共享充电宝行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟共享充电宝行业市场前景分析

第六节 全球共享充电宝行业重点企业分析

一、企业A

1、企业介绍

2、企业主营业务

3、企业经营分析

二、企业B

1、企业介绍

2、企业主营业务

3、企业经营分析

三、企业C

1、企业介绍

2、企业主营业务

3、企业经营分析

第七节 2021-2026年世界共享充电宝行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球共享充电宝行业市场规模预测

第三章 中国共享充电宝产业发展环境分析

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、全社会消费品共享充电宝总额

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 中国共享充电宝行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国共享充电宝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 中国共享充电宝行业运行情况

第一节 中国共享充电宝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 中国共享充电宝行业市场规模分析

第三节 中国共享充电宝行业供应情况分析

第四节 中国共享充电宝行业需求情况分析

第五节 中国共享充电宝行业供需平衡分析

第六节 中国共享充电宝行业发展趋势分析

第五章 中国共享充电宝所属行业运行数据监测

第一节 中国共享充电宝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 中国共享充电宝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 中国共享充电宝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年中国共享充电宝市场格局分析

第一节 中国共享充电宝行业竞争现状分析

一、中国共享充电宝行业竞争情况分析

二、中国共享充电宝行业主要品牌分析

第二节 中国共享充电宝行业集中度分析

一、中国共享充电宝行业市场集中度分析

二、中国共享充电宝行业企业集中度分析

第三节 中国共享充电宝行业存在的问题

第四节 中国共享充电宝行业解决问题的策略分析

第五节 中国共享充电宝行业竞争力分析

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年中国共享充电宝行业需求特点与动态分析

第一节 中国共享充电宝行业消费市场动态情况

第二节 中国共享充电宝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 共享充电宝行业成本分析

第四节 共享充电宝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 中国共享充电宝行业价格现状分析

第六节 中国共享充电宝行业平均价格走势预测

一、中国共享充电宝行业价格影响因素

二、中国共享充电宝行业平均价格走势预测

三、中国共享充电宝行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国共享充电宝行业区域市场现状分析

第一节 中国共享充电宝行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区共享充电宝市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区共享充电宝市场规模分析

四、华东地区共享充电宝市场规模预测

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、华中地区共享充电宝市场规模分析

四、华中地区共享充电宝市场规模预测

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、华南地区共享充电宝市场规模分析

四、华南地区共享充电宝市场规模预测

第九章 2017-2020年中国共享充电宝行业竞争情况

第一节 中国共享充电宝行业竞争结构分析（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 中国共享充电宝行业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 中国共享充电宝行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 共享充电宝行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国共享充电宝行业发展前景分析与预测

第一节 中国共享充电宝行业未来发展前景分析

一、共享充电宝行业国内投资环境分析

二、中国共享充电宝行业市场机会分析

三、中国共享充电宝行业投资增速预测

第二节 中国共享充电宝行业未来发展趋势预测

第三节 中国共享充电宝行业市场发展预测

一、中国共享充电宝行业市场规模预测

二、中国共享充电宝行业市场规模增速预测

三、中国共享充电宝行业产值规模预测

四、中国共享充电宝行业产值增速预测

五、中国共享充电宝行业供需情况预测

第四节 中国共享充电宝行业盈利走势预测

一、中国共享充电宝行业毛利润同比增速预测

二、中国共享充电宝行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国共享充电宝行业投资风险与营销分析

第一节 共享充电宝行业投资风险分析

- 一、共享充电宝行业政策风险分析
- 二、共享充电宝行业技术风险分析
- 三、共享充电宝行业竞争风险分析
- 四、共享充电宝行业其他风险分析

第二节 共享充电宝行业企业经营发展分析及建议

- 一、共享充电宝行业经营模式
- 二、共享充电宝行业销售模式
- 三、共享充电宝行业创新方向

第三节 共享充电宝行业应对策略

- 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年中国共享充电宝行业发展战略及规划建议

第一节 中国共享充电宝行业品牌战略分析

- 一、共享充电宝企业品牌的重要性
- 二、共享充电宝企业实施品牌战略的意义
- 三、共享充电宝企业品牌的现状分析
- 四、共享充电宝企业的品牌战略
- 五、共享充电宝品牌战略管理的策略

第二节 中国共享充电宝行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国共享充电宝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

第十四章 2021-2026年中国共享充电宝行业发展策略及投资建议

第一节 中国共享充电宝行业产品策略分析

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 中国共享充电宝行业定价策略分析

第三节 中国共享充电宝行业营销渠道策略

一、共享充电宝行业渠道选择策略

二、共享充电宝行业营销策略

第四节 中国共享充电宝行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国共享充电宝行业重点投资区域分析

二、中国共享充电宝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/dianzishabei/508250508250.html>