

2019年中国电动自行车行业分析报告- 市场供需现状与发展动向研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国电动自行车行业分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/banyunshebei/379422379422.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

电动自行车属于绿色环保、贴近民生、拥有高度自主产权的民族产业，是具有中国特色的创新产品之一。近年来电动自行车逐渐成为国内重要的交通工具，根据数据显示，2016年全国交通工具产量电动自行车排名第二，仅次于自行车，成为中国交通工具制造领域产量规模较大的制造产业。

2016年全国交通工具产量比例图 数据来源：公开数据整理

一、行业发展驱动力

1、拥有庞大的消费群体

我国为全球最大的交通工具消费市场，其人口超13亿。人口红利是我国电动自行车行业取得高速发展的一个主要因素，为国内庞大的消费市场奠定了基础。庞大的人口基础、未来新增人口及二孩政策将持续为行业的未来带来发展机遇。

2、人均可支配收入稳步提高带动电动自行车的需求

随着消费者对电动自行车的认识不断增长，消费者提出更高要求，对于电动自行车的产品质量、售后服务、技术革新水平。生产企业必须具有新产品开发能力，完善的质量控制体系，优秀的售后服务体系。近年来居民人均可支配收入呈现逐年增长的趋势，根据数据显示，2017年年全国居民人均可支配收入 25,974 元，比上年同比增长 9.00%。

全国居民人均可支配收入及其增速 数据来源：国家统计局，观研天下整理

3、城镇化水平不断提高

近年来我国城镇化水平不断增长，到目前为止我国城镇化率已超过世界城镇化的平均水平。截止2017年末，我国城镇的常住人口总数达81,347万人，常住人口城镇化率为58.52%。未来随着城镇化程度的不断增长，电动自行车行业将获得广阔的发展空间。

城镇化率 数据来源：国家统计局

4、交通的成本为电动自行车行业发展提供了良好的发展机遇

我国是全球主要的交通工具市场，随着人们日常出行半径不断增大，在交通通信上的支出也不断的增长。根据国家统计局数据显示，我国人均交通通信消费呈现稳定增长和持续放大的趋势，2017 年我国居民人均交通通信费用为2,499元，较2013年的 1,627.1元上涨了 53.59%。在人们挑选交通工具时，电动自行车因其便捷、经济、环保等优势，日益成为现代生活中速度较低、操作停放简便、满足大众中短距离出行需求的佳交通工具。很多家庭即便在拥有了汽车之后，也依然需要一个能满足短途的、绿色出行方式的交通工具。在交通支出高企的环境下，电动自行车能够以其独有的优势获得消费者的青睐，具有良好的发展机遇。

我国人均交通通信支出 数据来源：国家统计局，观研天下整理

5、消费升级的大趋势有利于促进电动自行车产业发展

根据数据显示，2017 年末，全国居民人均消费支出18,322元，比上年实际增长7.1%。按常住地分，城镇居民人均消费支出24,445 元，实际增长 5.9%；农村居民人均消费支出

10,955 元，实际增长 8.1%。此外2017年我国居民恩格尔系数为29.3%，并开始落在联合国划分的 20%至30%的富足标准中。生活水平和消费质量的提高，将成为推动社会消费升级、产业进化的催化剂。

人均消费性支出（单位：元） 数据来源：国家统计局，观研天下整理

6、新消费场景的出现也促进者电动自行车行业发展

随着居民消费意识不断提升和我国互联网+的服务模式不断成熟，各类上门服务成为新消费的主流，O2O 模式驱动下的外卖服务和电子商务驱动下的快递服务等均成为电动自行车行业增长的驱动力之一。

二、行业技术水平及技术特点

1、行业技术水平

电动自行车整车企业的技术能力包括整车设计能力、外观设计能力、车体结构设计能力、核心零部件水平及检测能力等。

（1）总体设计

整车的总体设计能力是保证产品的人机工程合理性、质心位置科学性、零部件布局合理性的重要能力。目前行业因为《旧国标》条款较为宽松，部分参数要求并非为强制性条款，在总体设计能力上普遍偏向乘骑的舒适性和电池容量、载货空间的大型化，在材料利用率、结构紧凑性方面较弱。电动自行车《新国标》发布后，对整车质量、整车尺寸等所有参数均进行强制限制，在这样的条件下，如何做到运载质量更多、续行里程更长、爬坡角度更大等需求对电动车行业总体设计能力提供了新的机遇和挑战。

（2）外观设计

电动自行车的外观设计能力，是商品时尚度的保障，是吸引年轻消费者的重要因素之一。随着电动自行车的发展及市场多样化的需求，目前行业培育了大量优秀的工业和外观造型设计公司，使得电动自行车人车界面更加人性化，外观更加新颖时尚，能够满足市场及用户对外观的需求。

（3）结构设计

良好的车体结构对电动自行车持久性至关重要。随着行业的发展，行业的结构设计在科学合理的同时还具备工业产品特有的精细化特征，如冲压小件的折边处理、减轻孔形状处理、框架支撑方式、塑件的卡接结构、零部件安装设计等，确保部件的可靠性和耐久性，同时兼顾其外观美化的要求。行业已经从 初的粗放式设计进入到精细化及合理化设计阶段。

（4）核心零部件

电动自行车产业在核心零部件方面也取得了巨大进步，一批专业化的供应商日趋壮大与成熟，例如电动自行车电池行业已出现两大上市企业天能动力及超威动力；控制器、充电器、电机等行业也均出现了技术领先的龙头企业。此外，行业内还产生了大量专业的车架、塑件、减震器、制动器等生产厂家。电动自行车电器核心部件电机、电池、控制器、充电器和车体核心部件车架及减震器的发展历程如下：

电机及控制器：轮毂式有刷电机的发明让电动自行车的车轮与驱动电机合二为一，简

化了电动自行车动力传动。无刷无齿电机系统的出现，提高了电机的输出效率。无刷电机的广泛使用，满足了电动自行车中距离行驶需求，同时电机输出扭矩逐渐加大，满足大部分用户载货，爬坡等需求。发展至今，电机主要使用更为优化的永磁无刷电机技术，续行里程和起步加速有明显提升。同时，控制器控制方式由方波逐渐过渡到正弦波，将电机性能进一步释放，效率扭矩有所增加，同时电机运行噪音及抖动大大降低。

电池及充电器：行业起步时采用的是 24V7Ah 电池，随着 36V10Ah 动力蓄电池的应用，电池实际容量和循环寿命得到提升，能够满足普通消费者一年的使用需求。随着电池生产技术、生产工艺和生产装备的先进性提高，48V12Ah、48V15Ah 等电池不断推出，电池容量和循环寿命得到进一步提升。至今，胶体蓄电池和铅酸蓄电池得到广泛应用，电池的性能进一步向批量稳定和高性能、环保方向发展；此外，锂电池大量涌现，能量密度高，高低温性能好。

车架及减震器：电动自行车 初直接引用自行车车架，直接在自行车基础上将后轮更换为电机驱动，车架振动寿命为 10 万次。目前，行业大规模使用摩托车车架标准，并部分使用机器人焊接，车架振动寿命大幅提升；此外，电动自行车减震器大量采用液压避震，骑行舒适性大幅提升。

（5）检测试验

随着电动自行车行业的快速发展，已经形成了一批专业的检测设备制造企业，能够研制底盘测功机、道路性能参数采集仪、电池测试仪、控制器测试仪、充电器测试仪、电机测试仪等国际一流水平的专业检测设备。同时，专业的检测机构也日益成熟，可以有效监控产品的质量水平，确保行业的产品品质监控需要和服务需求。

2、行业技术特点

电动自行车行业经过多年的发展，技术水平得到了长足的进步。我国电动自行车行业呈现如下技术特点：

（1）结构设计趋于合理。行业采用并完善了前后减震系统，制动系统由抱刹及鼓刹向碟刹、随动刹发展，骑行更加安全、舒适；电动自行车轮毂由辐条式向铝合金、镁合金整体式发展，强度高、耐腐蚀、质量轻。

（2）车型发展较快，品种丰富。各生产企业拥有自身独特的产品结构形式，如踏板式、助力与电动混合式、中轴驱动式等产品，并向多元化、个性化等方面发展。

（3）核心部件技术性能不断提高。电机方面经过有刷有齿、无刷无齿等技术阶段，大大提高了电机性能，并且提高了转化效率；控制器方面，控制方式发生转变，正弦波控制方式技术广泛应用，具有低噪音，高扭矩，高效率等优势；蓄电池方面，电源管理技术的发展和胶体蓄电池的技术突破，提高了电池的容量和循环使用寿命。电动自行车核心部件技术性能的提高，为电动自行车行业的广泛应用提供了支撑。

（4）使用功能趋于完善。电动自行车使用者可以自主切换爬坡、长续航及高效等多种行驶模式；电动自行车行驶可以使用定速巡航功能；在驻车时，可以倒车；车胎损坏或电

池电量不足时可以辅助推车；电动自行车在显示功能方面，采用液晶仪表，以指示速度和电池电量的剩余，显示精度高；与控制器连接可以显示车辆运行状态及整车故障情况。

随着市场的优胜劣汰，电动自行车生产企业在规模、盈利能力、竞争力和市场影响力上逐渐拉开了距离，“马太效应”逐渐显现，市场集中度仍有提升的空间。现阶段，主要由规模化企业驱动电动自行车行业供给，规模以上电动自行车生产企业主营业务收入、产量以及产量占比均呈现稳定的上涨态势。（ww）

观研天下发布的《2019年中国电动自行车行业分析报告-市场供需现状与发展动向研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018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

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、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 2016-2018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 2019-2025年世界电动自行车行业分布走势预测

第七节 2019-2025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
- 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 中国电动自行车行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2018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 2016-2018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 2016-2018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

第九章 2016-2018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

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 2019-2025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 2019-2025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

四、电动自行车行业其他风险分析

第二节 电动自行车行业企业经营发展分析及建议

一、电动自行车行业经营模式

二、电动自行车行业销售模式

三、电动自行车行业创新方向

第三节 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2019-2025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

第十四章 2019-2025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

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/banyunshebei/379422379422.html>