

中国两轮电动车行业发展趋势分析与未来前景预测报告（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《中国两轮电动车行业发展趋势分析与未来前景预测报告（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/202403/699453.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

1、两轮电动车概述

电动两轮车又叫电动二轮车、两轮电动车，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。为出行工具，电动两轮车的经济性和便利性优势明显，还可满足健身、显示个性、社交等需求，部分两轮车已脱离于简单出行工具，进阶为休闲娱乐、绿色出行的新用具。电动两轮车按整车质量、最高车速、电机功率等一系列指标可划分为电动自行车、电动轻便摩托车、电动摩托车三大类。

电动两轮车分类

类别

电动自行车

电动轻便摩托车

电动摩托车

整车质量

55kg

可以 55kg

可以 55kg

最高车速

25km/h

50km/h

>50km/h

电池电压

48V

无限制

无限制

电机功率

400W

4KW

>4KW

是否载人

部分城市允许载12岁以下儿童

不能载人

可载一名成年人

产品属性

非机动车

机动车

机动车

脚踏骑行

必须具有

不具有

不具有

产品管理

3C认证

3C认证及工信部的目录公告

3C认证及工信部的目录公告

执行标准

《电动自行车安全技术规范》强制性标准

《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》推荐性标准

《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》推荐性标准

资料来源：观研天下整理

2、我国两轮电动车行业成为千亿级别赛道，吸引众多玩家涌入

自2019年新国标实施以来，随着新国标过渡期限的临近，我国电动两轮车行业迎来蓬勃发展，市场规模呈现快速增长趋势。根据数据显示，2022年我国电动两轮车行业市场规模约为1138.72亿元，同比增长38.1%，其中电动二轮自行车市场占比最高，约为76.23%，电动二轮摩托车占比约为23.77%；2023年至2028年我国两轮电动市场规模将由172亿美元增长至242亿美元，俨然一条千亿人民币级别的巨大赛道。

数据来源：观研天下整理

而庞大的市场规模也吸引了很多企业入局。目前，我国两轮电动车行业发展已趋于成熟，呈两超多强的竞争格局。雅迪、爱玛仍然稳居行业龙头地位，占据较大的市场份额，CR2达44.7%，同时后起之秀小牛、九号等新玩家也纷纷入局，以高端化为切入口，快速抢占市场份额。

数据来源：观研天下整理

3、两轮电动车的电池易燃易爆问题仍然没有解决

不过，无论是传统两轮电动车企业还是新入局的玩家，易燃易爆问题仍然没有解决。上海市统计2020年381起电动自行车火灾事故，发现因电池单体故障引发火灾事故占34.7%，电池过充电占21.8%，起火的“罪魁祸首”就是电池。根据国家消防救援局的统计，2023年全国共接报电动自行车火灾2.1万起，相比2022年上升17.4%。

我国是两轮电动车生产与消费大国。根据数据显示，2023年，我国两轮电动车保有量已经

达到4.2亿辆，平均约每3个人就拥有一辆两轮电动车。而两轮电动车本应是便捷的交通工具，现在却成为人人担忧的“移动火种”。虽然，近几年，全国各地均出台相关政策来管控电动车停放，但是也只能治标不治本，造成电动车火灾的最根本问题还是其品牌本身上。

那么为什么两轮电动车容易起火呢？其根本原因是电池技术尚未得到解决。在国标之前，市面上的两轮电动车主要技术路线是铅酸电池，不容易起火爆炸，整体成本比较低。不过，自2018年新国标出台后，铅酸电池基本上不符合标准而被淘汰，所以品牌开始研发其他技术路线，锂电池成为他们目标。例如，九号公司、小牛等新势力企业尝试高端化定位策略，采用锂电池作为驱动源力，以此来实现弯道超车。

一方面，锂电池的性能比铅酸电池更高且更新颖。锂电池的重量更轻、能量密度更高、充电更快。相同带电量下，锂电池的重量只有铅酸电池的1/3。另一方面，锂电池符合九号公司、小牛等企业高端定位。例如，高端电动车标配的快充，让其显得更“物有所值”。但是，锂电池也具有一个致命的问题，就是容易燃烧和爆炸，危险系数更高，现阶段国内大部分电动车起火的原因就是锂电池。

并且，近几年，随着锂电成本下降，锂电电动自行车占比也持续提升。根据数据显示，2022年锂电池两轮电动车在整体市场中的销量占比约为25%，预计到2025年渗透率将达到60%。这也说明，我国两轮电动车起火的概率将会持续上升。而目前国内两轮电动车品牌还没有研究出有效的解决方案，这也说明它们在电池上的创新力度较低。

数据来源：观研天下整理

其实，从近几年两轮电动车品牌在产品创新上可以发现，大部分品牌仍然追逐与产品外观，缺少在核心技术的潜心研发。在现有专利情况来看，雅迪、爱玛两家头部企业在外观设计上的申请较多。从侧面反映出，我国两轮电动车品牌已经逐渐“电池”核心研发，把精力放在其他领域，如高端化和价格战。

4、我国两轮电动车高端化受阻

在高端化领域，主要以小牛和九号等新势力为主，这类企业为打开差异化和获取更高利润，逐渐将目光投向高端市场，并且为了让消费者买单，均打出“智能化”的牌路，以此让消费者觉得“物有所值”。例如，小牛就不断向目标客户植入“智能+锂电”的品牌心智，而九号公司加入小米生态链主打科技感，哈啰则推出智能平台和智能车机系统。这些新势力，一定程度上改变两轮电动车低端品牌观感，各自的毛利率也提升到超过20%，超过行业平均水平，但是年销量均没有超过100万辆，甚至出现业绩承压、毛利率下滑。例如，截止2023年上半年，九号公司的营收为43.8亿元，同比下降9.13%，净利润2.22亿元，同比下降13%，小牛营收为12.46亿元，同比减少11.19%，净利润亏损0.62亿元，同比扩大309.12%。

而雅迪、爱玛两个传统的头部玩家也相继加入高端化赛道。例如，雅迪先后发布高端产品雅迪Z3，推出号称源自保时捷设计的高端品牌“VFLY”，产品售价位于2万元的高位，而爱玛则推出电动轻奢品牌“小帕”，产品售价4999元到9999元不等。然而，雅迪、爱玛的高端化之路

同样受阻，在7000元以上的高端市场上，二者市场占比仅在个位数，小牛和九号公司合计超过9成的市场份额。整体来看，两轮电动车主要消费者没有与几万元的高价实现重合，人们更多考虑的还是考虑安全、续航等，对高科技、智能化敏感度较低，这也为后来的价格战留下了降价空间。

部分传统两轮电动车品牌智能化布局

企业名称

自研

合作

雅迪

在电机、电池、控制器等核心部件掌握关键技术

与思必驰合作研发智能语音、车控、智能网联、人机对话等新技术

爱玛

智慧动力系统、智能锂电安全管理系统以及全流程追踪质管平台等，为用户提供更智能、更舒适的骑行体验车联网智能化平台项目，除实现了车辆分享、NFC智能钥匙等智能化功能外，还提供门店指引、在线客服及维保等服务，同时支持与公司其他智能硬件设备兼容使用

台铃

拥有被评定为国家实验室的研发中心，产品已实现一键启动、智能行车电脑、一键云动力等多项智能化黑科技

与华为战略合作，联合打造鸿蒙智联系统，串联人、车、家庭生活，带来全场景无缝链接，服务随行、资源共享的高品质智慧生活体验

新日

拥有业内领先的智能电动车工程技术研究中心

与华为终端达成深度合作，将Hi-Link技术应用在两轮电动车上，通过华为智慧生活APP开启电源、上锁、解锁，甚至可以实现无钥匙出行，以及电量和剩余里程查询，APP车辆健康诊断等

资料来源：观研天下整理

5、换新红利正在消失，我国两轮电动车行业价格战爆发

随着新国标替换需求逐渐完成，市场需求减弱，消费者愈发趋于理性，我国电动两轮车行业换新红利，正在消失。从销量数据来看，根据数据显示，2023年，我国两轮电动车销量将达5400万辆，增速下滑至7.8%。

数据来源：观研天下整理

面对市场增速放缓，越来越多两轮电动车品牌采取降价来维持业绩增长，行业价格战爆发。例如，2023年雅迪旗下高端品牌“冠能”推出三款新品，价格均低于此前发布的产品，像奢想Q9和冠能摩登的起售价则分别为3790元和2990元，低于2022年发售的6999元的冠能3S9M

AX；2023年双11期间小牛的部分产品降幅超过千元，绿源电动车2023年前四个月的平均售价为1193元，同比下降4.2%。

但是，这也让那些竞争力不强的中小企业被迫出局，截止2021年厂家数量从最多的2000多家降至仅剩50家左右。价格战是一把双刃剑，对于企业而言，一旦深陷价格战就无法有更多的精力投入到电池研发和长远规划上，不利于行业良性发展；对于消费者而言，能以更低的价格买到更好的两轮电动车，但是电池安全、续航等问题严重，很有可能造成其购买欲望。目前，我国两轮电动车行业深陷价格战、高端化两个极端，但均不能成为市场增速放缓所采用的策略，不利于品牌长远发展。在消费者对电动车起火事件愈发警惕及消费逐渐理性的背景下，两轮电动车品牌应该注重产品的安全、续航、高性价比，将以此作为接下来的研发目标，才能在市场上站得稳、站得久，走的更长远。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国两轮电动车行业发展趋势分析与未来前景预测报告（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年中国两轮电动车行业发展概述

第一节 两轮电动车行业发展情况概述

一、两轮电动车行业相关定义

二、两轮电动车特点分析

三、两轮电动车行业基本情况介绍

四、两轮电动车行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、两轮电动车行业需求主体分析

第二节中国两轮电动车行业生命周期分析

一、两轮电动车行业生命周期理论概述

二、两轮电动车行业所属的生命周期分析

第三节两轮电动车行业经济指标分析

一、两轮电动车行业的赢利性分析

二、两轮电动车行业的经济周期分析

三、两轮电动车行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球两轮电动车行业市场发展现状分析

第一节全球两轮电动车行业发展历程回顾

第二节全球两轮电动车行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲两轮电动车行业地区市场分析

一、亚洲两轮电动车行业市场现状分析

二、亚洲两轮电动车行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲两轮电动车行业市场前景分析

第四节北美两轮电动车行业地区市场分析

一、北美两轮电动车行业市场现状分析

二、北美两轮电动车行业市场规模与市场需求分析

三、北美两轮电动车行业市场前景分析

第五节欧洲两轮电动车行业地区市场分析

一、欧洲两轮电动车行业市场现状分析

二、欧洲两轮电动车行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲两轮电动车行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界两轮电动车行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球两轮电动车行业市场规模预测

第三章 中国两轮电动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两轮电动车行业的影响分析

第三节中国两轮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

三、主要行业标准

第四节政策环境对两轮电动车行业的影响分析

第五节中国两轮电动车行业产业社会环境分析

第四章 中国两轮电动车行业运行情况

第一节中国两轮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

第二节中国两轮电动车行业市场规模分析

一、影响中国两轮电动车行业市场规模的因素

二、中国两轮电动车行业市场规模

三、中国两轮电动车行业市场规模解析

第三节中国两轮电动车行业供应情况分析

一、中国两轮电动车行业供应规模

二、中国两轮电动车行业供应特点

第四节中国两轮电动车行业需求情况分析

一、中国两轮电动车行业需求规模

二、中国两轮电动车行业需求特点

第五节中国两轮电动车行业供需平衡分析

第五章 中国两轮电动车行业产业链和细分市场分析

第一节中国两轮电动车行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、两轮电动车行业产业链图解

第二节中国两轮电动车行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对两轮电动车行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对两轮电动车行业的影响分析

第三节我国两轮电动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年中国两轮电动车行业市场竞争分析

第一节 中国两轮电动车行业竞争现状分析

一、中国两轮电动车行业竞争格局分析

二、中国两轮电动车行业主要品牌分析

第二节 中国两轮电动车行业集中度分析

一、中国两轮电动车行业市场集中度影响因素分析

二、中国两轮电动车行业市场集中度分析

第三节 中国两轮电动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年中国两轮电动车行业模型分析

第一节 中国两轮电动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 中国两轮电动车行业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、中国两轮电动车行业SWOT分析结论

第三节 中国两轮电动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年中国两轮电动车行业需求特点与动态分析

第一节中国两轮电动车行业市场动态情况

第二节中国两轮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

第三节两轮电动车行业成本结构分析

第四节两轮电动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

第五节中国两轮电动车行业价格现状分析

第六节中国两轮电动车行业平均价格走势预测

一、中国两轮电动车行业平均价格趋势分析

二、中国两轮电动车行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国两轮电动车行业所属行业运行数据监测

第一节中国两轮电动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

第二节中国两轮电动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

第三节中国两轮电动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年中国两轮电动车行业区域市场现状分析

第一节中国两轮电动车行业区域市场规模分析

一、影响两轮电动车行业区域市场分布的因素

二、中国两轮电动车行业区域市场分布

第二节中国华东地区两轮电动车行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区两轮电动车行业市场分析

(1) 华东地区两轮电动车行业市场规模

(2) 华南地区两轮电动车行业市场现状

(3) 华东地区两轮电动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、华中地区两轮电动车行业市场分析

(1) 华中地区两轮电动车行业市场规模

(2) 华中地区两轮电动车行业市场现状

(3) 华中地区两轮电动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、华南地区两轮电动车行业市场分析

(1) 华南地区两轮电动车行业市场规模

(2) 华南地区两轮电动车行业市场现状

(3) 华南地区两轮电动车行业市场规模预测

第五节华北地区两轮电动车行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区两轮电动车行业市场分析

(1) 华北地区两轮电动车行业市场规模

(2) 华北地区两轮电动车行业市场现状

(3) 华北地区两轮电动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、东北地区两轮电动车行业市场分析

- (1) 东北地区两轮电动车行业市场规模
- (2) 东北地区两轮电动车行业市场现状
- (3) 东北地区两轮电动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、西南地区两轮电动车行业市场分析
 - (1) 西南地区两轮电动车行业市场规模
 - (2) 西南地区两轮电动车行业市场现状
 - (3) 西南地区两轮电动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、西北地区两轮电动车行业市场分析
 - (1) 西北地区两轮电动车行业市场规模
 - (2) 西北地区两轮电动车行业市场现状
 - (3) 西北地区两轮电动车行业市场规模预测

第十一章 两轮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年中国两轮电动车行业发展前景分析与预测

第一节 中国两轮电动车行业未来发展前景分析

- 一、两轮电动车行业国内投资环境分析
- 二、中国两轮电动车行业市场机会分析
- 三、中国两轮电动车行业投资增速预测

第二节 中国两轮电动车行业未来发展趋势预测

第三节 中国两轮电动车行业规模发展预测

- 一、中国两轮电动车行业市场规模预测
- 二、中国两轮电动车行业市场规模增速预测
- 三、中国两轮电动车行业产值规模预测
- 四、中国两轮电动车行业产值增速预测
- 五、中国两轮电动车行业供需情况预测

第四节 中国两轮电动车行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国两轮电动车行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国两轮电动车行业进入壁垒分析

- 一、两轮电动车行业资金壁垒分析
- 二、两轮电动车行业技术壁垒分析
- 三、两轮电动车行业人才壁垒分析
- 四、两轮电动车行业品牌壁垒分析
- 五、两轮电动车行业其他壁垒分析

第二节 两轮电动车行业风险分析

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

第三节 中国两轮电动车行业存在的问题

第四节 中国两轮电动车行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国两轮电动车行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国两轮电动车行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国两轮电动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

第三节两轮电动车行业营销策略分析

一、两轮电动车行业产品策略

二、两轮电动车行业定价策略

三、两轮电动车行业渠道策略

四、两轮电动车行业促销策略

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/202403/699453.html>