

2026-2031年中国电动代步车行业供需预测及投资潜力研究咨询报告

报告简介

电动代步车利用高科技复合材料制作车体，其优点有抗冲击、耐腐蚀、有韧性、不易破损、寿命长等优点。全封闭老年代步车分为3轮和4轮的2种，厂家在设计的时候，并非简单地将原来2轮电动自行车的配置应用在老年代步车中，而是要单独配置代步车专用的电机和控制器。在功能方面，也和2轮的电动自行车不一样，要侧重考虑到老年人使用的方便和安全。

电动代步车是新近几年出现的产品，主要是适应高龄人口与绿色环保趋势的需求。已成为传统轮椅产业中另一新兴产业。另外，主要发达国家为了适应高龄化社会，纷纷将老年代步工具纳入政策补助项目，进一步提高电动代步车的市场销售，如美国市场因有较高的社会保障给付而成为电动代步车销售最高的国家；欧洲主要国家在社保制度及相关法令规定下，行动辅具等销售也表现亮丽。

目前国内对于购买电动代步车政策性补助还没有完善，只有上海、北京等一线城市对于残疾人购买电动代步车有一定补助。随着人们生活水平的日益提高，用户市场也不断向各地扩展。电动代步车更适合老年人，残疾人这一类人群休闲代步用，可以用来逛公园、上街买菜、接送小孩等，是老年人出行的绝好代步工具，而且行驶安全。

初期的电动代步车行业竞争更多的体现在成本上，随着部分有实力的企业规模已经形成，相互间成本优势相差无几，虽然市场上厂家众多，但真正具有自主研发能力、上档次的大品牌很少；绝大多数厂家仍是在跟踪和模仿。由此引出的产品高度同质化使得大多数企业的产品缺乏竞争力。同时众多中小企业没有进行产品研发的能力，主要零部件均是从市场购得，自己只能生产少数小配件，基本上以装配为主，产品质量很难保证。由于行业中的自主知识产权得不到有效的保障，导致市场上产品同质化现象严重，假冒伪劣产品横行。如此一来，产品缺乏竞争力，市场上的恶性竞争再次被引发，而利润只能被进一步压缩。

目前，老年代步车的年市场销量已超过60万台，都是消费者自发需求购买，具有坚实的市场基础。而相比之下，新能源车在政府的全力推动、大笔补贴、优惠政策不断的情况下，2015年销量才达到33万辆，二者之间的差距可见一斑。老年代步车生产需求旺盛，反过来也就刺激生产厂家，开发各种“新款”车型。老年代步车主要存在违规生产、质量标准缺位、驾驶者乱开等问题，这些现实问题的存在，说明“老年代步车”被市场认可，需要得到有效监管，将其纳入车辆管理范畴，制定相关国家标准，要求生产企业依法生产、销售。“老年代步车”的市场地位不高，在价格低廉的条件下，提供了低速、近距离、小空间等多种功能。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内电动代步车行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国电动代步车行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国电动代步车行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是电动代步车行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一章 电动代步车行业相关概述

1.1 电动代步车行业概况

1.1.1 电动代步车的定义

1.1.2 电动代步车主要特点

1.1.3 电动代步车分类情况

1.1.4 电动代步车应用领域

1.2 电动代步车的主要配置

1.2.1 控制器

1.2.2 蓄电池

1.2.3 电机

1.2.4 充电器

1.3 电动代步车行业经营模式分析

1.3.1 生产模式

1.3.2 采购模式

1.3.3 销售模式

第二章 电动代步车行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业产品的市场价格分析

2.4.1 产品当前市场价格

2.4.2 产品市场价格走势

2.4.3 影响产品价格的因素分析

第三章 2021-2026年中国电动代步车行业发展环境分析

3.1 电动代步车行业政治法律环境

3.1.1 行业管理体制分析

3.1.2 《四轮低速电动车技术条件》

3.1.3 电动残疾车优惠补贴政策

3.1.4 行业发展规划

3.2 电动代步车行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 电动代步车行业社会环境分析

3.3.1 高龄化需求日益丰富

3.3.2 残疾人现象分析

3.3.3 绿化环保日益被重视

3.4 电动代步车行业技术环境分析

3.4.1 电动代步车技术分析

3.4.2 电动代步车技术水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球电动代步车行业发展概述

4.1 2021-2026年全球电动代步车行业发展情况概述

4.1.1 全球电动代步车行业发展现状

4.1.2 全球电动代步车行业发展特征

4.1.3 全球电动代步车行业市场规模

4.2 2021-2026年全球主要地区电动代步车行业发展状况

4.2.1 欧洲电动代步车行业发展情况概述

4.2.2 美国电动代步车行业发展情况概述

4.2.3 日韩电动代步车行业发展情况概述

4.3 2026-2031年全球电动代步车行业发展前景预测

4.3.1 全球电动代步车行业市场规模预测

4.3.2 全球电动代步车行业发展前景分析

4.3.3 全球电动代步车行业发展趋势分析

4.4 全球电动代步车行业重点企业发展分析

第五章 中国电动代步车行业发展概述

5.1 中国电动代步车行业发展状况分析

5.1.1 中国电动代步车行业发展阶段

5.1.2 中国电动代步车行业发展总体概况

5.1.3 中国电动代步车行业发展特点分析

1、老年代步车的监管处于空白

2、老年代步车产业乱象频发

5.2 2021-2026年电动代步车行业发展现状

5.2.1 2021-2026年中国电动代步车行业市场规模

5.2.2 2021-2026年中国电动代步车行业发展分析

5.2.3 2021-2026年中国电动代步车企业发展分析

5.3 2026-2031年中国电动代步车行业面临的困境及对策

5.3.1 中国电动代步车行业面临的困境及对策

1、中国电动代步车行业面临困境

2、中国电动代步车行业对策探讨

5.3.2 国内电动代步车企业的出路分析

第六章 中国电动代步车行业市场运行分析

6.1 2021-2026年中国电动代步车行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2021-2026年中国电动代步车行业产销情况分析

6.2.1 中国电动代步车行业工业总产值

6.2.2 中国电动代步车行业工业销售产值

6.2.3 中国电动代步车行业产销率

6.3 2021-2026年中国电动代步车行业市场供需分析

6.3.1 中国电动代步车行业供给分析

6.3.2 中国电动代步车行业需求分析

6.3.3 中国电动代步车行业供需平衡

6.4 2021-2026年中国电动代步车行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国电动代步车行业细分市场分析

7.1 电动代步车行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 电动独轮车市场

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场规模分析

7.2.3 行业市场需求分析

7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 电动残疾车市场

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 老年电动车市场

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场规模分析

7.4.3 行业市场需求分析

7.4.4 产品市场潜力分析

第八章 中国电动代步车行业上、下游产业链分析

8.1 电动代步车行业产业链概述

8.1.1 产业链的定义

8.1.2 电动代步车行业产业链

8.1.3 主要环节的增值空间

8.2 电动代步车行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游产业对行业的影响

8.3 电动代步车行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游产业发展现状

8.3.2 下游产业需求分析

8.3.3 下游产业对行业的影响

第九章 中国电动代步车行业市场竞争格局分析

9.1 中国电动代步车行业竞争结构分析

9.1.1 行业上游议价能力

9.1.2 行业下游议价能力

9.1.3 行业新进入者威胁

9.1.4 行业替代产品威胁

9.1.5 行业现有企业竞争

9.2 中国电动代步车行业竞争格局分析

9.2.1 行业区域分布格局

9.2.2 行业企业规模格局

9.2.3 行业企业性质格局

9.2.4 行业集中度分析

9.3 中国电动代步车行业竞争SWOT分析

9.3.1 行业优势分析

9.3.2 行业劣势分析

9.3.3 行业机会分析

9.3.4 行业威胁分析

9.4 中国电动代步车行业竞争策略

9.4.1 我国电动代步车市场竞争的优势

9.4.2 电动代步车行业竞争能力提升途径

9.4.3 提高电动代步车行业核心竞争力的对策

第十章 中国电动代步车行业领先企业竞争力分析

10.1 山东宝雅新能源汽车股份有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 上海必翔健康管理咨询有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 金大智能技术股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 山东贝州集团有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 浙江千喜车业有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 敏实集团有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 浙江爱司米电气有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 河北御捷车业有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 金华市日普电动车有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 中国飞神集团有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2026-2031年中国电动代步车行业发展趋势与前景分析

11.1 2026-2031年中国电动代步车市场前景

11.1.1 2026-2031年电动代步车市场发展潜力

11.1.2 2026-2031年电动代步车市场发展前景展望

11.1.3 2026-2031年电动代步车细分行业发展前景分析

11.2 2026-2031年中国电动代步车市场发展趋势预测

11.2.1 2026-2031年电动代步车行业发展趋势

11.2.2 2026-2031年电动代步车市场规模预测

11.2.3 2026-2031年电动代步车行业应用趋势预测

11.2.4 2026-2031年细分市场发展趋势预测

11.3 2026-2031年中国电动代步车行业供需预测

11.3.1 2026-2031年中国电动代步车行业供给预测

11.3.2 2026-2031年中国电动代步车行业需求预测

11.3.3 2026-2031年中国电动代步车供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2026-2031年中国电动代步车行业投资前景

12.1 电动代步车行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 电动代步车行业投资特性分析

12.2.1 行业进入壁垒分析

12.2.2 行业盈利模式分析

12.2.3 行业盈利因素分析

12.3 电动代步车行业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.3.4 产业发展的空白点分析

12.4 电动代步车行业投资风险分析

12.4.1 行业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 技术研发风险

12.4.6 其他投资风险

12.5 电动代步车行业投资潜力与建议

12.5.1 电动代步车行业投资潜力分析

12.5.2 电动代步车行业最新投资动态

12.5.3 电动代步车行业投资机会与建议

第十三章 2026-2031年中国电动代步车企业投资战略与客户策略分析

13.1 电动代步车企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 电动代步车企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 电动代步车企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 电动代步车中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

1、缺乏科学的发展战略

2、缺乏合理的企业制度

3、缺乏现代的企业管理

4、缺乏高素质的专业人才

5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

1、实施科学的发展战略

2、建立合理的治理结构

3、实行严明的企业管理

4、培养核心的竞争实力

5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议

14.1 电动代步车行业研究结论

14.2 电动代步车行业投资价值评估

14.3 电动代步车行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：电动代步车行业特点

图表：电动代步车行业生命周期

图表：电动代步车行业产业链分析

图表：电动代步车行业SWOT分析

图表：2021-2026年中国GDP增长及增速图

图表：2021-2026年全国工业增加值及增速图

图表：2021-2026年全国固定资产投资图

图表：2021-2026年电动代步车行业市场规模分析

图表：2026-2031年电动代步车行业市场规模预测

图表：中国电动代步车行业盈利能力分析

图表：中国电动代步车行业运营能力分析

图表：中国电动代步车行业偿债能力分析

图表：中国电动代步车行业发展能力分析

图表：中国电动代步车行业经营效益分析

图表：2021-2026年电动代步车重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国电动代步车行业销售情况分析

图表：2021-2026年中国电动代步车行业利润情况分析

图表：2021-2026年中国电动代步车行业资产情况分析

图表：2021-2026年中国电动代步车竞争力分析

图表：2026-2031年中国电动代步车产能预测

图表：2026-2031年中国电动代步车消费量预测

图表：2026-2031年中国电动代步车市场价格走势预测

图表：2026-2031年中国电动代步车发展趋势预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：93384

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20171017/93384.shtml>

在线订购：[点击这里](#)