2026-2031年中国互联网+房地产市场深度调研及投资前景分析报告

报告简介

低速电动车通常是指速度不超过70Km/h的简易四轮纯电动汽车，外观、结构、性能均与常见的燃油汽车类似。低速电动车集中了小型汽车、低速汽车和电动汽车的特点，广泛的定义可以涵盖：两轮的电动自行车、电动摩托车，电动三轮车、四轮的电动汽车。通常以铅酸电池作为动力，并采用低成本的低功率直流无刷电机或者异步交流电机(功率在3-10KW之间)和低成本的控制系统，最高时速标定在40-80Km/h，续航里程大致在100Km，售价在3-5万元左右。具有低成本(购置和维护成本低)、高性价比、使用便利等优势。

从区域性来看，低速电动汽车在国内市场可以分为几个梯队，我国的山东、河南、河北，京津地区为第一梯队，江苏、云南、四川、山西为第二梯队，湖南、湖北、江西及其他地区为第三梯队。

未来的几年，我国的低速电动汽车还处于成长发展期，推广范围更加广泛，行业标准有望出台，国家支持政策将会稳定，产能将会得到进一步的扩张，市场规模迅速扩大。我国的低速电动汽车受制于技术、行规、使用配套环境等因素制约，市场容量还远远未开发出来，潜在的市场需求巨大。

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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国低速电动车及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国低速电动车行业发展状况和特点，以及中国低速电动车行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的低速电动车行业发展态势作了详细分析，并对低速电动车行业进行了趋向研判，是低速电动车生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前低速电动车业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 低速电动车发展概况 1

第一节 低速电动车行业的相关概述 1

一、低速电动车概念 1

二、低速电动车应用 2

三、低速电动车发展背景 4

第二节 低速电动车比较分析 6

一、低速电动车优缺点比较分析 6

二、低速电动车经济学比较分析 7

第三节 低速电动车关键技术情况 9

第四节 低速电动车成为产业的理由 14

第二章 低速电动车发展环境分析 16

第一节 低速电动车经济环境 16

一、国际宏观环境分析 16

二、国内宏观环境分析 24

1、国民经济运行良好 24

2、国内消费市场拓展空间广阔 26

3、国内投资增长具备潜力 27

4、稳定出口政策成效明显 31

5、工业增长条件充足 34

6、财政和金融环境良好 36

第二节 低速电动车政策环境 38

一、国家低速电动车有利政策 38

二、国家低速电动车不利政策 41

三、地区低速电动车政策分析 41

第三节 低速电动车社会环境分析 50

一、中国环境污染治理刻不容缓 50

二、中国石油等资源形势严峻 51

第三章 低速电动车产业链分析 53

第一节 低速电动车产业链概述 53

第二节 低速电动车上游产业发展情况 53

一、上游原料市场发展现状 53

1、钢铁 53

2、电池 56

3、轮胎 58

二、上游原料生产情况分析 59

1、钢铁 59

2、电池 60

3、轮胎 61

三、上游原料价格情况分析 62

1、钢铁 62

2、电池 62

3、轮胎 63

第三节 低速电动车下游应用需求市场分析 64

一、中国人口及农村人口分析 64

二、城乡居民收入增长分析 66

三、摩托车及自行车潜在市场 67

四、行业需求状况分析 68

五、行业需求前景分析 68

第四章 中国低速电动车市场供需分析 70

第一节 中国电动车市场供给状况 70

第二节 中国电动车市场需求状况 70

一、低速电动车需求旺盛的原因 70

二、低速电动车市场需求特点分析 71

第三节 中国低速电动车产销量情况 73

一、电动自行车 73

二、电动三轮车 76

三、低速电动车销量 77

四、低速电动车未来销量预测 78

第四节 中国低速电动车市场价格分析 79

第五章 低速电动车市场发展情况 81

第一节 低速电动车竞争格局分析 81

一、低速电动车竞争格局 81

1、现有企业间竞争 81

2、潜在进入者分析 81

3、替代品威胁分析 82

4、供应商议价能力 82

5、客户议价能力 82

二、低速电动车主流车型情况 83

三、低速电动车竞争特点 86

第二节 低速电动车盈利能力分析 87

第三节 低速电动车成本分析 87

第四节 低速电动车竞价优势 88

一、低成本优势 88

二、低速但不低质 88

三、符合国家新能源发展趋势 88

四、底层需求是行业成长动力 89

第五节 低速电动车发展中存在问题及建议措施 90

一、存在的问题 90

二、建议措施 90

第二部分 区域市场分析

第六章 低速电动车区域市场分析 92

第一节 山东省 92

一、山东省总体经济发展状况分析 92

二、山东省农村农业发展情况分析 97

三、山东省人口及农村人口分布情况 100

四、山东省农村居民收入与消费分析 101

五、山东省低速电动车产销量分析 103

六、山东省低速电动车行业的机遇与挑战 104

七、山东省低速电动车市场需求展望 105

八、山东省低速电动车行业发展建议 106

第二节 河北省 106

一、河北省总体经济发展状况分析 106

二、河北省农村农业发展情况分析 108

三、河北省人口及农村人口分布情况 110

四、河北省农村居民收入与消费分析 112

五、河北省低速电动车市场需求展望 113

第三节 江苏省 114

一、江苏省总体经济发展状况分析 114

二、江苏省农村农业发展情况分析 115

三、江苏省人口及农村人口分布情况 118

四、江苏省农村居民收入与消费分析 119

五、江苏省低速电动车市场需求展望 121

第四节 浙江省 122

一、浙江省总体经济发展状况分析 122

二、浙江省农村农业发展情况分析 123

三、浙江省人口及农村人口分布情况 125

四、浙江省农村居民收入与消费分析 127

五、浙江省低速电动车市场需求展望 128

第五节 河南省 129

一、河南省总体经济发展状况分析 129

二、河南省农村农业发展情况分析 129

三、河南省人口及农村人口分布情况 130

四、河南省农村居民收入与消费分析 130

五、河南省低速电动车市场需求展望 131

第六节 广东省 132

一、广东省总体经济发展状况分析 132

二、广东省农村农业发展情况分析 133

三、广东省人口及农村人口分布情况 134

四、广东省农村居民收入与消费分析 135

五、广东省低速电动车市场需求展望 137

第七章 中国低速电动车市场调查分析 139

第一节 中国低速电动车市场发展现状 139

第二节 受调查者特征分布 140

1、什么人在购买低速电动车? 140

2、不同的低速电动车产品间，消费者在比较什么? 141

3、低速电动车消费者习惯拥抱市场大品牌? 146

4、 低速电动车消费者的痛点在哪里? 148

第三节 受调查者对低速电动车的认识情况调查 149

一、消费者对于低速电动车的了解程度 149

二、低速电动车对交通的影响 149

三、对低速电动车的安全性评价 150

第四节 低速电动车车主使用情况调查 151

一、购买原因和购车用途 151

二、对车辆行驶里程和速度的评价 151

三、车辆安全性评价 151

第五节 非低速电动车车主购买意愿调查 151

一、购买意愿调查 151

二、考虑购买的原因 152

三、不考虑购买的原因 152

四、观望的原因 153

第六节 中国低速电动车市场调查相关结论 153

第三部分 竞争格局分析

第八章 低速电动车行业重点企业分析 154

第一节 宝雅集团 154

一、企业发展基本情况 154

二、企业主要产品分析 154

三、企业经营情况分析 155

四、企业销售网络分析 156

五、企业竞争优势分析 157

六、企业最新动态分析 158

第二节 时风集团 158

一、企业发展基本情况 158

二、企业主要产品分析 159

三、企业经营情况分析 160

四、企业销售网络分析 163

五、企业竞争优势分析 163

六、企业最新动态及战略分析 164

第三节 比德文 165

一、企业发展基本情况 165

二、企业主要产品分析 165

三、企业经营情况分析 166

四、企业销售网络分析 169

五、企业竞争优势分析 169

六、企业最新动态分析 169

第四节 红星车业 170

一、企业发展基本情况 170

二、企业主要产品分析 171

三、企业经营情况分析 171

四、企业竞争优势分析 171

五、企业最新动态分析 172

第五节 新日 172

一、企业发展基本情况 172

二、企业主要产品分析 173

三、企业经营情况分析 174

四、企业经营模式分析 175

五、企业竞争优势分析 175

六、企业最新动态分析 179

七、公司发展战略 181

第六节 阿帕奇 186

一、企业发展基本情况 186

二、企业主要产品分析 187

三、企业经营状况分析 187

四、企业竞争优势分析 188

五、企业最新动态分析 188

第七节 雅迪 189

一、企业发展基本情况 189

二、企业主要产品分析 189

三、企业经营情况分析 190

四、企业竞争优势分析 191

五、企业发展战略分析 192

六、企业最新动态分析 193

第八节 跃迪集团 193

一、企业发展基本情况 193

二、企业主要产品分析 194

三、企业经营情况分析 195

四、企业竞争优势分析 196

五、企业发展战略分析 196

第九节 益高 196

一、企业发展基本情况 196

二、企业主要产品分析 197

三、企业成功案例分析 198

四、企业竞争优势分析 205

第十节 奇瑞 207

一、企业发展基本情况 207

二、企业主要产品分析 208

三、企业经营情况分析 209

四、企业销售网络分析 209

五、企业技术优势分析 210

六、企业最新动态分析 210

第十一节 唐骏欧铃 211

一、企业发展基本情况 211

二、企业主要产品分析 212

三、企业经营情况分析 212

四、企业最新动态分析 213

五、企业发展计划分析 213

第十二节 陆地方舟 213

一、企业发展基本情况 213

二、企业主要产品分析 214

三、企业经营情况分析 214

四、企业竞争优势分析 215

五、企业最新动态分析 215

第十三节 丽驰 216

一、企业发展基本情况 216

二、企业主要产品分析 217

三、企业技术优势分析 217

四、企业最新动态分析 217

第十四节 御捷 218

一、企业发展基本情况 218

二、企业主要产品分析 219

三、企业经营情况分析 220

四、企业销售网络分析 220

五、企业发展战略分析 220

第十五节 康迪 221

一、企业发展基本情况 221

二、企业主要产品分析 221

三、企业经营情况分析 222

四、企业竞争优势分析 223

五、企业最新动态分析 223

六、企业发展战略分析 223

第九章 低速电动车竞争策略分析 224

第一节 中国低速电动车产业分布 224

第二节 低速电动车swot分析 224

一、竞争优势 224

二、竞争劣势 226

三、企业中的机会 226

四、企业生存的外部威胁 227

第三节 行业竞争中存在的问题 228

第四节 行业竞争策略分析 231

第四部分 发展战略研究

第十章 低速电动车投资策略分析 234

第一节 低速电动车投资建议 234

一、中国新能源汽车面临窘境 234

二、发展低速电动汽车的现实意义 236

三、优先发展低速电动汽车的建议 237

四、借鉴国外低速电动车发展经验 239

五、低速电动车行业投资建议 240

第二节 低速电动车未来发展方向 241

一、低速电动车的未来发展趋势 241

二、低速电动车未来发展热点 242

第三节 低速电动车企业战略规划策略分析 244

一、战略综合规划 244

1、战略规划的含义 244

2、方向和目标的区分 245

3、战略规划的特点 245

二、技术开发战略 246

1、自我选择发展战略 246

2、战略联盟 246

3、国际化 247

三、业务组合战略 248

1、根据swot分析法进行分类 248

2、根据波士顿(bcg)矩阵进行分类 248

四、区域战略规划 250

1、经济结构分析 250

2、地方场所禀赋分析 250

3、经济优势的判断 251

4、区域外部周边“威胁”和机遇分析 251

五、产业战略规划 251

六、营销品牌战略 252

1、营销品牌战略的创新 252

2、制定营销品牌战略的流程 253

七、竞争战略规划 253

1、企业制定竞争战略的工具——波特五力模型 253

2、波特五力模型的分析 253

3、波特五力模型的运用 254

第四节 国外低速电动车分类管理及办法借鉴 255

一、国外对低速电动车的分类管理 255

二、国外低速电动车管理办法 257

三、国外低速电动车使用条件 257

四、国外对低速电动车的看法 258

第五节 低速电动车投资前景分析 259

第六节 中道泰和项目投资建议 262

一、行业投资环境考察 262

二、投资风险及控制策略 262

三、产品投资方向建议 264

四、项目投资建议 265

1、项目投资注意事项 265

2、生产开发注意事项 271

3、销售注意事项 274

图表目录

图表：我国低速电动汽车主要参数 1

图表：低速电动车应用及主要车企 2

图表：低速电动车产品类别划分 3

图表：2021-2026年世界经济增长趋势 17

图表：2021-2026年世界贸易增长趋势 18

图表：2021-2026年我国主要宏观经济指标增长率(单位：%) 24

图表：2021-2026年各省gdp增速及同比增速(单位：万亿元、%) 25

图表：2021-2026年限额以上批发和零售额累计值及同比增速(单位：亿万元、%) 27

图表：2021-2026年我国固定资产投资额及增幅(单位：亿万元、%) 28

图表：2021-2026年我国固定资产投资完成额及增幅(单位：亿万元、%) 28

图表：2021-2026年我国制造业部分行业投资额及同比增幅(单位：万亿元、%) 31

图表：2021-2026年我国进口增幅排名前十产品(单位：%) 32

图表：2021-2026年我国进口金额排名前十产品(单位：百万美元) 33

图表：2021-2026年我国进出口额单月增幅(单位：%) 33

图表：2021-2026年部分高技术产业工业增长值同比增速情况(单位%) 35

图表：2021-2026年部分战略性新兴产业工业产品产量同比增速(单位%) 35

图表：主要省市低速电动车管理政策 43

图表：2021-2026年全球粗钢产量及其变化情况(单位：百万顿、%) 54

图表：2021-2026年全球主要区域粗钢产量情况对比(单位：亿顿、%) 55

图表：2021-2026年产钢国top分布情况对比(单位：百万顿、%) 56

图表：几种常见的驱动电机分类形式 57

图表：2021-2026年中国钢材、生铁、粗钢产量及其增长情况(单位：亿顿、%) 59

图表：2021-2026年东中地区粗钢产量及其市场份额对比(单位：万吨、%) 60

图表：2021-2026年轮胎行业产量及增长变化(单位：万条、%) 61

图表：中国钢材价格指数走势图(单位：点) 62

图表：天能两轮铅酸电池价格 63

图表：2021-2026年轮胎涨价盘点 64

图表：2021-2026年中国人口数量统计图(单位：万人、%) 65

图表：2021-2026年中国乡村人口数量统计图(单位：万人、%) 65

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数(单位：元、%) 66

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及构成 67

图表：全国低速电动车年度产量情况(单位：万辆) 70

图表：低速电动车消费者年龄特征(单位：%) 71

图表：低速电动车消费者历程需求特征(单位：%) 72

图表：低速电动车消费者c3驾照所持态度(单位：%) 72

图表：2021-2026年我国两轮自行车产量情况(单位：万辆) 74

图表：2021-2026年我国电动自行车产量 75

图表：2026-2031年中国电动自行车销量 75

图表：2021-2026年生产情况(单位：辆) 76

图表：2021-2026年销售情况(单位：辆) 76

图表：2021-2026年产销同期对比(单位：万辆) 77

图表：2021-2026年国内低速电动车销量情况及预测(单位：万辆) 78

图表：2021-2026年低速电动汽车销售量预测(单位：万辆) 79

图表：2021-2026年电动自行车代表性企业净利率(%) 87

图表：2021-2026年低速电动汽车代表性企业净利率(%) 87

图表：2021-2026年山东省gdp总量及增长情况(单位：亿元、%) 92

图表：2021-2026年山东农业增加值及增长速度(单位：亿元、%) 99

图表：2021-2026年山东主要农产品产品及增长速度(单位：万吨、%) 100

图表：2021-2026年山东详细人口数据(单位：万人) 100

图表：2021-2026年山东居民消费价格指数 102

图表：2021-2026年山东居民人均可支配收入及增长速度(单位：元、%) 102

图表：2021-2026年山东居民人均消费支出及增长速度(单位：元、%) 103

图表：2021-2026年山东省低速电动车历月产量对比(单位：辆) 103

图表：2021-2026年山东省低速电动车年度产量(单位：万辆) 104

图表：2021-2026年河北gdp总量及增速情况(单位：亿元、%) 107

图表：2021-2026年河北gdp总量(单位：亿元) 107

图表：2021-2026年河北人均gdp(单位：元) 108

图表：2021-2026年河北省各市人口数量(单位：万人) 110

图表：城乡人口数量(单位：万人) 111

图表：人均可支配收入增长趋势(单位：元) 112

图表：人均可支配收入数据(单位：元) 112

图表：人均消费支出数据(单位：元) 113

图表：主要工业产品产量及增长速度 113

图表：2021-2026年江苏gdp及增速(单位：亿元、%) 114

图表：江苏城乡人口以及城镇化率(单位：万人、%) 118

图表：江苏城乡人口数据(单位：万人) 118

图表：2021-2026年江苏城乡可支配收入(单位：元) 119

图表：2021-2026年江苏城乡可支配数据(单位：元) 120

图表：江苏居民消费价格指数及其构成情况 120

图表：2021-2026年浙江gdp及增速(单位：亿元、%) 122

图表：2021-2026年浙江第三产业构成(单位：%) 122

图表：2021-2026年浙江省人口情况(单位：万人) 125

图表：2021-2026年浙江省各市人口情况(单位：万人) 126

图表：2021-2026年浙江省人均可支配收入及消费支出(单位：元) 127

图表：2021-2026年浙江省居民消费价格月度涨跌幅度(单位：%) 128

图表：2021-2026年浙江省居民消费价格指数 128

图表：2021-2026年河南人口数及构成(万人、%) 130

图表：2021-2026年居民消费价格指数 131

图表：2021-2026年广东gdp总值及增速(单位：亿元、%) 133

图表：2021-2026年分区域主要指标 133

图表：2021-2026年广东粮食产量及增速(单位：万吨、%) 134

图表：2021-2026年广东常住人口及其构成 135

图表：2021-2026年广东居民消费价格月度涨跌幅度(单位：%) 136

图表：2021-2026年广东居民消费价格涨跌幅度(单位：%) 136

图表：2021-2026年社会消费品零售总额增长速度(单位：%) 137

图表：消费者的购车年龄段(单位：%) 140

图表：消费者购车关注点(单位：%) 141

图表：消费购买低速电动车可接受的价格范围(单位%) 142

图表：消费者倾向的车型外观(单位%) 143

图表：消费者倾向的车辆颜色(单位%) 144

图表：消费者倾向的两种性能车型(单位%) 145

图表：影响消费者选择品牌的因素(单位%) 146

图表：消费者了解渠道(单位%) 147

图表：消费者咨询频次较高的问题(单位：%) 148

图表：宝雅集团商用车 155

图表：宝雅集团乘用车 155

图表：宝雅集团国际市场营销网络 157

图表：宝雅集团国内市场营销网络 157

图表：时风电动汽车部分产品展示 159

图表：时风集团销售网络 163

图表：比德文电动汽车产品 166

图表：比德文控股集团有限公司电动三轮车产品 166

图表：江苏新日miku max系列产品 173

图表：江苏新日灵动系列产品 173

图表：2021-2026年新日股份主营业务收入及构成情况 174

图表：2021-2026年新日股份主要财务指标情况分析 174

图表：洛阳阿帕奇主要产品 187

图表：雅迪电动车产品 189

图表：2021-2026年各产品营业收入情况 190

图表：2021-2026年雅迪股份主要财务指标情况 190

图表：河北跃迪新能源科技集团电动轿车展示 194

图表：河北跃迪新能源科技集团电动客车展示 194

图表：唐骏电动汽车系列产品 212

图表：陆地方舟核心产品 214

图表：山东丽驰新能源汽车时尚系列 217

图表：山东丽驰新能源汽车智能系列 217

图表：御捷x340li 汽车外观展示 219

图表：康迪电动汽车系列产品 222

图表：2021-2026年全球鹰k17销量数据 222

图表：波士顿矩阵图 249

把握投资 决策经营！

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

报告编号：124395

本文地址：https://www.51baogao.cn/sc/20190619/124395.shtml

在线订购：点击这里