

中国电动平衡车行业市场发展分析及发展趋势与投资前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

电动平衡车，又叫体感车、思维车、摄位车等。市场上主要有独轮和双轮两类。其运作原理主要是建立在一种被称为“动态稳定”(Dynamic Stabilization)的基本原理上。利用车体内部的陀螺仪和加速度传感器，来检测车体姿态的变化，并利用伺服控制系统，精确地驱动电机进行相应的调整，以保持系统的平衡。是现代人用来作为代步工具、休闲娱乐的一种新型的绿色环保的产物。

2020年，受疫情影响，越来越多人选择“单骑”出行这种健康、绿色的出行方式，尤其是欧洲地区对电动两轮车、电动滑板车以及电动平衡车等短距离交通工具的需求量反而大大增加。数据显示，2020年，全球电动平衡车出货量达到1032万台，同比增长23.7%。中国生产了全球大约90%的电动平衡车，且60%左右的产品都通过出口的方式销售到全球。从品牌竞争格局来看，由于电动平衡车行业标准缺失，政策不完善，监管体系也尚未健全，从而导致参与者众多，相关品牌杂乱。从《中国电动平衡车行业发展白皮书()》的数据可以看出，行业龙头企业纳恩博仅占8.6%的市场份额，市场集中度非常低。

生活是向着智能化，便捷化的方向发展，独轮自平衡车符合这个趋势，顺应了时代的潮流，有着良好的发展前景。平衡车相对于其他交通工具最独特的特点是节能环保。如今全球变暖将给地球带来灭顶之灾，而气温变暖的罪魁祸首之一，就是工业废气的大量排放。交通工具中的汽车尾气废气的排放也是重要原因之一。当今世界的另一个危机就是能源危机，节能环保交通工具取代传统是必然趋势，为平衡车的发展提供了广阔的发展空间。

近年来，由电动平衡车造成的各类安全事故频发，对人们的人身安全和财产安全都造成了严重威胁。一段时间以来，电动平衡车能不能“上路”、能上哪些路、造成“交通”安全事故该如何定责等问题备受争议，这些问题均取决于电动平衡车的属性划定。2020年，中消协发布的消费警示称，电动平衡车产品属性不明确，不当使用风险大。中消协指出，电动平衡车不属于机动车，也不在几类非机动车的产品目

录之列，而是与滑板、旱冰鞋等性质相近、功能相似，可以看作是滑行工具。我国《道路交通安全法实施条例》第七十四条规定，行人不得在道路上使用滑板、旱冰鞋等滑行工具。出于道路交通安全考虑，北京、上海、南京、广州、武汉、成都等多地已经明确禁止电动平衡车上路。

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、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中道泰和产业研究院、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，对中国电动平衡车行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国电动平衡车行业发展状况和特点，以及中国电动平衡车行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际电动平衡车行业发展态势作了详细分析，并对电动平衡车行业进行了趋向研判，是电动平衡车生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前电动平衡车行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 电动平衡车行业综述

第一节 电动平衡车概念

一、电动平衡车概念

二、电动平衡车技术原理

三、电动平衡车技术优势

第二节 电动平衡车行业发展环境

一、行业法律法规

二、宏观经济形势

三、行业社会环境

四、行业技术专利

第三节 电动平衡车行业产业链分析

一、产业链结构图

二、上游核心组件产业

三、应用场景

第二章 电动平衡车行业发展分析

第一节 国际电动平衡车行业发展分析

一、国际电动平衡车行业发展概况

二、国际电动平衡车行业市场规模

三、国际电动平衡车行业供需状况

四、国际电动平衡车行业竞争格局

五、主要地区电动平衡车发展分析

1、欧洲

2、美国

3、日本

第二节 中国电动平衡车行业发展状况

一、中国电动平衡车行业发展概况

二、中国电动平衡车行业发展特点

三、中国电动平衡车行业市场规模

四、中国电动平衡车行业商业模式

第三节 中国电动平衡车市场供需分析

一、中国电动平衡车行业供给情况

二、中国电动平衡车行业需求情况

三、中国电动平衡车行业供需平衡

第四节 中国电动平衡车行业进出口市场分析

- 一、电动平衡车行业进出口综述
- 二、电动平衡车行业出口市场分析
- 三、电动平衡车行业进口市场分析
- 四、电动平衡车行业未来进出口展望

第三章 中国电动平衡车市场品牌分析

第一节 中国电动平衡车行业市场现状

- 一、品牌概况
 - 1、国内品牌
 - 2、国外品牌
- 二、数量规模
- 三、市场定位
- 四、产品价格
- 五、主打卖点

第二节 中国电动平衡车行业电商渠道品牌情况

- 一、主要平台
- 二、销售规模
- 三、前十品牌
- 四、电商平台对品牌产品的意义

第三节 电动平衡车高端品牌分析

- 一、主要高端品牌
- 二、高端品牌价格

三、高端品牌竞争

四、高端品牌发展

第四章 中国电动平衡车行业竞争分析

第一节 中国电动平衡车行业竞争结构

一、行业现有竞争者

二、行业潜在进入者

三、行业替代品威胁

四、行业供应商议价能力

五、行业购买者议价能力

六、行业竞争情况总结

第二节 中国电动平衡车行业竞争分析

一、电动平衡车行业竞争格局

二、电动平衡车行业品牌格局

三、电动平衡车行业集中度

四、电动平衡车行业竞争力

第三节 中国电动平衡车行业竞争趋势与策略

一、电动平衡车行业竞争趋势

二、电动平衡车行业竞争策略

第四节 电动平衡车电池国内主要企业分析

一、亿纬锂能

二、天鹏

三、力神

四、长虹三杰

第五章 中国电动平衡车行业市场品牌营销分析

第一节 电动平衡车消费分析

一、消费群体

二、消费能力

三、需求特点

四、关注重点

五、品牌偏好

第二节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第三节 品牌营销现状

一、营销渠道

二、营销模式

三、营销现状

第四节 品牌营销存在的问题

一、营销方面存在的问题

二、品牌推广的营销策略

1、广告策略

2、公关策略

3、促销策略

4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

第六章 中国电动平衡车行业部分区域市场分析

第一节 一二线城市电动平衡车市场分析

一、一二线城市经济发展分析

二、一二线城市消费能力分析

三、一二线城市电动平衡车行业发展概况

四、一二线城市电动平衡车行业市场规模

五、一二线城市电动平衡车行业市场潜力

第二节 三四线城市电动平衡车市场分析

一、三四线城市经济发展分析

二、三四线城市消费能力分析

三、三四线城市电动平衡车行业发展概况

四、三四线城市电动平衡车行业市场规模

五、三四线城市电动平衡车行业市场潜力

第三节 农村市场电动平衡车市场分析

一、农村经济发展分析

二、农村消费能力分析

三、农村电动平衡车行业发展概况

四、农村电动平衡车行业市场规模

五、农村电动平衡车行业市场潜力

第七章 中国电动平衡车行业领先企业经营分析

第一节 纳恩博(天津)科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第二节 深圳天轮科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第三节 深圳乐行天下科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第四节 上海新世纪机器人有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第五节 杭州骑客智能科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第六节 浙江同硕科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第七节 东莞易步机器人有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第八节 郑州飞轮威尔实业有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第九节 常州爱尔威智能科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第十节 东莞市车小秘智能科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第十一节 上海不倒翁投资有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第十二节 浙江璐琪智能科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第八章 中国电动平衡车行业投资分析

第一节 电动平衡车行业投资特性分析

一、电动平衡车行业进入壁垒

二、电动平衡车行业盈利因素

三、电动平衡车行业盈利模式

第二节 电动平衡车行业投资情况

一、电动平衡车行业投资现状

二、电动平衡车行业投资机会

二、电动平衡车行业投资风险

第三节 电动平衡车行业投资前景

一、电动平衡车行业投资前景

二、电动平衡车行业投资建议

第九章 中国电动平衡车行业前景展望

第一节 电动平衡车行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 电动平衡车行业存在的问题与对策

一、行业存在的问题

二、行业发展的对策

第三节 2026-2031年电动平衡车行业发展预测

一、2026-2031年电动平衡车市场规模预测

二、2026-2031年电动平衡车行业供给预测

三、2026-2031年电动平衡车行业需求预测

第四节 2026-2031年电动平衡车行业发展前景

一、电动平衡车行业发展前景

二、疫情之后电动平衡车行业前景展望

第十章 中国电动平衡车行业企业品牌竞争策略

第一节 中国电动平衡车行业品牌的重要性

一、电动平衡车行业品牌的重要性

二、电动平衡车实施品牌战略的意义

第二节 中国电动平衡车行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

第三节 中国电动平衡车企业品牌扩张路径

一、品牌扩张形式与障碍

二、品牌扩张风险与防范

1、政策风险与防范

2、市场风险与防范

3、目标风险与防范

4、质量风险与防范

5、信誉风险与防范

三、品牌市场扩张路径

第四节 中国电动平衡车行业企业升级图谱

一、产业链升级

二、品控升级

三、产品升级

四、渠道升级

五、形象升级

六、定位升级

七、管理升级

八、社会责任感升级

九、战略升级

图表目录

图表：电动平衡车行业产业链结构

图表：国际电动平衡车行业市场规模

图表：国际电动平衡车行业竞争格局

图表：欧洲电动平衡车行业市场规模

图表：美国电动平衡车行业市场规模

图表：日本电动平衡车行业市场规模

图表：中国电动平衡车行业市场规模

图表：中国电动平衡车行业企业数量分析

图表：中国电动平衡车行业人员规模分析

图表：中国电动平衡车行业资产规模分析

图表：中国电动平衡车行业市场规模分析

图表：中国电动平衡车行业盈利能力分析

图表：中国电动平衡车行业偿债能力分析

图表：中国电动平衡车行业营运能力分析

图表：中国电动平衡车行业发展能力分析

图表：电动平衡车行业集中度分析

图表：中国电动平衡车行业竞争格局

图表：2026-2031年全球电动平衡车出货量预测

图表：2026-2031年电动平衡车行业市场规模预测

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：233828

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20211203/233828.shtml>

在线订购：[点击这里](#)