

中国电动自行车行业市场发展分析及发展趋势与投资战略研究报告(2024-2029版)

报告简介

电动自行车(Electric

bicycle)是指以蓄电池作为辅助能源，在普通自行车的基础上，安装了电机、控制器、蓄电池、转把等操纵部件和显示仪表系统的机电一体化的个人交通工具。

电动自行车一般由电气系统、操纵系统、装饰件部分、车体件部分、随车附件组成。其中车架、蓄电池、电机、控制器、充电器为核心部件。经过多年的发展，蓄电池、电机等上游行业技术足够成熟，行业竞争充分，供给充足，为电动自行车的发展提供了良好的发展条件。

2022年是《新国标》政策实施的第三年，多城市过渡期临时牌照失效或即将失效，两轮电动车迎来新一轮换购利好小高峰。2018年1月16日工信部发布《电动自行车安全技术规范》(GB17761-2018)要求自2019年4月15起强制实施，对2019年4月15日前购买不符合《新国标》的两轮电动车实行3

5年过渡期管理。其中，北京、上海、天津，及广东省、浙江省、江苏省、福建省、广西省、江西省等多地明确规定，过渡期内未上牌或过渡期满后登记为临时牌的两轮电动车禁止上路行驶。同时，在民情需要、有序清退原则下，小部分城市采取了过渡期延长或限制骑行区域的方式对超标车进行管理，在此种情形下，该城市的换购增长可能不明显。

据工信部网站，自行车行业是轻工业的重要组成部分，在满足居民日常出行、休闲运动等方面发挥突出作用，2022年规模以上企业营业收入和利润总额均实现正增长，为国民经济和社会发展做出积极贡献。2022年，自行车电动自行车规模以上企业营业收入1162.6亿元，同比增长11.62%。

截至2022年电动自行车规模以上企业产量达3913.4万辆，同比增长9%。预计2023年自行车产量比2022年将持平或略有下降。截至2022年电动自行车需求量达3851.5万辆，同比增长13.82%。电动自行车行业在新国标、共享、外卖、快递、出口等众多利好因素的驱动下，预计将迎来爆发式增长。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国电动自行车市场进行了分析研究。报告在总结中国电动自行车行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国电动自行车行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为电动自行车企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 电动自行车产业概述

第一节 电动自行车概念

一、电动自行车定义

二、电动自行车的特点

第二节 电动自行车分类及应用

一、电动自行车分类

二、电动自行车、电动轻型摩托车、电动摩托车的区别

第三节 电动自行车产业链结构

第二章 电动自行车行业国内外市场分析

第一节 电动自行车行业国际市场分析

一、电动自行车国际市场发展历程回顾

二、世界电动自行车产业市场规模

三、电动自行车竞争格局分析

四、电动自行车国际主要国家发展情况分析

五、电动自行车国际市场发展趋势

第二节 电动自行车行业国内市场分析

一、电动自行车国内市场发展历程

二、电动自行车技术分析

三、电动自行车竞争格局分析

四、电动自行车国内主要地区发展情况分析

五、电动自行车国内市场发展趋势

第三节 电动自行车行业国内外市场对比分析

第三章 电动自行车行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、中国gdp分析

二、中国cpi分析

三、中国固定资产投资分析

四、中国工业发展形势分析

第二节 中国社会环境分析

一、中国人口环境分析

二、中国教育环境分析

三、中国城镇化发展分析

第三节 全球经济环境分析

第四章 电动自行车行业发展政策及规划

第一节 产业的宏观调控政策分析

一、国家政策汇总

二、地方性政策汇总

三、管理体制

第二节 电动自行车政策动态研究

第三节 电动自行车产业政策发展趋势

第五章 2021-2023年电动自行车产供销市场现状和预测分析

第一节 2021-2023年电动自行车市场规模

一、2019-2023年电动自行车规模以上企业营业收入

二、2019-2023年电动自行车保有量

第二节 2021-2023年电动自行车需求综述

第三节 2021-2023年电动自行车供需平衡分析

一、2019-2023年电动自行车产量

二、2019-2023年电动自行车需求量

第四节 2021-2023年电动自行车成本分析

第六章 2021-2023年关联产业发展分析

第一节 上游行业发展分析

- 一、2021-2023年行业发展现状
- 二、2021-2023年市场需求分析
- 三、2021-2023年市场规模分析
- 四、2021-2023年市场竞争分析
- 五、2024-2029年行业发展形势

第二节 下游行业发展分析

- 一、2021-2023年行业发展现状
- 二、2021-2023年市场需求分析
- 三、2021-2023年市场竞争分析
- 四、2024-2029年行业发展形势

第三节 行业发展驱动因素分析

- 一、政策驱动因素
- 二、社会驱动因素
- 三、经济驱动因素
- 四、技术驱动因素
- 五、国际需求因素

第七章 电动自行车行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 电动自行车行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润对比分析

五、重点企业营销模式对比

六、重点企业产品对比

第五节 电动自行车行业竞争发展趋势

一、2021-2023年电动自行车行业竞争分析

二、2021-2023年国内外电动自行车竞争分析

三、2021-2023年我国电动自行车企业业务模式介绍

四、2024-2029年我国电动自行车市场竞争趋势

五、2024-2029年国内主要电动自行车企业动向

第八章 电动自行车企业竞争策略分析

第一节 电动自行车企业竞争策略分析

- 一、共享经济对电动自行车行业竞争格局的影响
- 二、碳中和对电动自行车行业竞争格局的影响
- 三、2024-2029年我国电动自行车市场竞争趋势
- 四、2024-2029年我国电动自行车市场集中度趋势
- 四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 企业快速做大市场规模的策略

- 一、真正了解消费者的需求
- 二、给产品的品牌做清晰定位
- 三、产品目标市场定位
- 四、消费者购买的产品原因
- 五、广告口号能否打动消费者
- 六、品牌传播
- 七、产品和品牌的营销策划

第九章 主要电动自行车企业竞争分析

第一节 雅迪

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2021-2023年经营状况
- 四、2021-2023年产销量
- 五、2024-2029年发展战略

第二节 爱玛

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第三节 台铃

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第四节 新日

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第五节 金箭

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第六节 九号

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第七节 小牛

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第八节 绿源

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第九节 小刀

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第十节 立马

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2023年经营状况

四、2021-2023年产销量

五、2024-2029年发展战略

第十章 2024-2029年电动自行车行业投资前景分析

第一节 2024-2029年电动自行车市场前景预测分析

一、电动自行车供应预测分析

二、电动自行车销售预测分析

三、电动自行车市场前景预测分析

四、电动自行车产品发展方向

第二节 2024-2029年电动自行车行业投资风险分析

一、政策风险

二、竞争风险

三、材料价格波动风险

四、产品研发风险

第三节 2024-2029年电动自行车企业投资策略及建议

第十一章 电动自行车企业投资战略与客户策略分析

第一节 电动自行车销售渠道分析

一、代理商渠道

二、专卖渠道

三、新零售

四、电动自行车销售模式突破方向

第二节 电动自行车中小企业品牌战略分析

一、差异化战略

二、集中化战略

三、快速化战略

四、灵活化战略

五、优势产品战略

第三节 电动自行车企业战略规划策略分析

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

第四节 对中国电动自行车品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、中国电动自行车实施品牌战略的意义

三、中国电动自行车企业品牌的现状分析

四、中国电动自行车企业的品牌战略

五、中国电动自行车品牌战略管理的策略

第五节 电动自行车企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户管理功能

四、重点客户市场营销策略

第十二章 中国电动自行车产业研究总结

第一节 供需情况总结

第二节 壁垒及利好

第三节 中国电动自行车产业发展趋势分析

一、中国电动自行车市场趋势

二、电动自行车发展展望

三、电动自行车企业竞争趋向

附录

1、加强电动自行车全链条安全监管重点工作任务及分工方案

2、关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见

3、关于加强低速电动车管理的通知

4、江苏省电动自行车管理条例

图表目录

图表：电动自行车行业生命周期

图表：电动自行车行业产业链结构

图表：2023年全球电动自行车行业市场规模

图表：2023年中国电动自行车行业市场规模

图表：2023年中国电动自行车市场占全球份额比较

图表：2023年电动自行车行业集中度

图表：2023年电动自行车市场价格走势

图表：2023年电动自行车行业重要数据指标比较

图表：2024-2029年电动自行车行业市场规模预测

图表：2024-2029年电动自行车行业竞争格局预测

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

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20231228/472462.shtml>

在线订购：[点击这里](#)