

## 2024-2029年中国电动摩托车行业发展格局分析与投资前景预测报告

## 报告简介

电动摩托车是电动车的一种，用电瓶来驱动电机行驶。电力驱动及控制系统由驱动电动机、电源和电动机的调速控制装置等组成。电动摩托车的其它装置基本与内燃机的相同。电动摩托车的组成包括：电力驱动及控制系统、驱动力传动等机械系统、完成既定任务的工作装置等。

在我国，电动摩托车(含电动轻便摩托车)属于《道路机动车辆生产企业及产品公告》管理范围的机动车，经公安机关交通管理部门登记后，方可上道路行驶，且驾驶此类机动车，应当依法取得机动车驾驶证。

根据国际摩托车联合会发布的相关统计数据，2020-2022年全球电动摩托车产量呈现出逐年增长的趋势，由2020年的837.16万辆增长到2022年的966.86万辆，三年间累计增长了129.7万辆，累计增幅为10%，三年间的年均复合增长率为4%。

从全球主要国家和地区的发展情况看，欧洲、日本等国家和地区的电动摩托车市场较为成熟，东南亚地区的电动摩托车渗透率较低，未来成长空间巨大。近年来，东南亚政府支持电动化，推出利好政策助力发展。对于电动两轮车渗透率较低的印尼和泰国，政府对电动摩托车进行直接补贴有助于本地电动两轮车产业的起步和发展。对于电动两轮车渗透率较高的越南，政府释放电动化趋势预期，并且进行关税优惠吸引外商投资。

当前，国内电动摩托车行业的竞争格局基本形成。2019年新国标出台，划清了电动摩托车和电动自行车的界限，电动摩托车的发展进入新的阶段。电动摩托车市场企业众多，竞争激烈。低碳的要求和政策的放宽以及行业的规范化让电动摩托车的快速发展成为可能，电动摩托车比燃油摩托车更加环保、低碳，成为了摩托车产业的发展重点，不少具有一定规模的电动车生产企业纷纷加入到电动摩托车市场竞争中去。近年来摩托车生产企业由240多家，增加到400多家，使得电动摩托车市场竞争更加激烈。

随着中国电动摩托车行业的不断发展，越来越多的企业开始进军海外市场。出口市场的扩大为行业提供了新的增长点，也为企业在国际竞争中获得优势地位提供了机会。

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、工信部、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摩托车市场进行了分析研究。报告在总结中国电动摩托车发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国电动摩托车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，为电动摩托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 电动摩托车产业概述

## 第一节 电动摩托车概念

## 第二节 电动摩托车分类及应用

## 第三节 电动摩托车产业链结构

## 第二章 电动摩托车行业国内外市场分析

### 第一节 电动摩托车行业国际市场分析

#### 一、电动摩托车国际市场发展历程回顾

#### 二、世界电动摩托车产业市场规模

#### 三、电动摩托车竞争格局分析

#### 四、电动摩托车国际主要国家和地区发展情况分析

#### 五、电动摩托车国际市场发展趋势

### 第二节 电动摩托车行业国内市场分析

#### 一、电动摩托车国内市场发展历程

#### 二、电动摩托车技术动态

#### 三、电动摩托车竞争格局分析

#### 四、电动摩托车国内主要地区发展情况分析

#### 五、电动摩托车国内市场发展趋势

### 第三节 电动摩托车行业国内外市场对比分析

## 第三章 电动摩托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

一、2023年世界经济总体形势分析

二、2024年世界经济市场前景分析

三、主要国家和地区经济展望

第四章 电动摩托车行业发展政策及规划

第一节 产业的宏观调控政策分析

第二节 电动摩托车政策动态研究

第三节 电动摩托车产业政策发展趋势

第五章 2020-2023年电动摩托车产供销需市场现状和预测分析

第一节 2020-2023年电动摩托车市场规模

第二节 2020-2023年电动摩托车需求综述

第三节 2020-2023年电动摩托车供需平衡分析

第四节 2020-2023年电动摩托车营收、成本、毛利率分析

第六章 2020-2023年关联产业发展分析

第一节 上游行业发展分析

一、2020-2023年行业发展现状

二、2020-2023年市场需求分析

三、2020-2023年市场规模分析

四、2020-2023年市场竞争分析

五、行业发展形势

第二节 下游行业发展分析

一、2020-2023年行业发展现状

二、2020-2023年市场需求分析

三、2020-2023年市场规模分析

四、2020-2023年市场竞争分析

五、行业发展形势

第三节 其他关联行业发展分析

一、2020-2023年行业发展现状

二、2020-2023年市场需求分析

三、2020-2023年市场规模分析

四、2020-2023年市场竞争分析

五、行业发展形势

第七章 电动摩托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 电动摩托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、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 电动摩托车行业竞争发展趋势

一、2020-2023年电动摩托车行业竞争分析

二、2020-2023年国内外电动摩托车竞争分析

三、我国电动摩托车市场竞争趋势

四、我国电动摩托车市场集中度变化趋势

五、国内主要电动摩托车企业动向

第八章 电动摩托车企业竞争策略分析

第一节 电动摩托车市场竞争策略分析

一、2024年电动摩托车市场增长潜力分析

二、2024年电动摩托车主要潜力品种分析

三、现有电动摩托车产品竞争策略分析

四、潜力电动摩托车品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 电动摩托车企业竞争策略分析

一、全球热点对电动摩托车行业竞争格局的影响

二、全球热点后电动摩托车行业竞争格局的变化

三、我国电动摩托车市场竞争趋势

四、电动摩托车行业竞争策略分析

第九章 主要电动摩托车企业竞争分析

第一节 雅迪科技集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2020-2023年经营状况

四、发展战略

第二节 爱玛科技集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2020-2023年经营状况

四、发展战略

第三节 浙江春风动力股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2020-2023年经营状况

四、发展战略

第四节 隆鑫通用动力股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2020-2023年经营状况

四、发展战略

## 第五节 九号有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2020-2023年经营状况
- 四、发展战略

## 第六节 浙江钱江摩托股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2020-2023年经营状况
- 四、发展战略

## 第七节 江苏新日电动车股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2020-2023年经营状况
- 四、发展战略

## 第八节 浙江绿源电动车有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2020-2023年经营状况
- 四、发展战略

## 第九节 重庆宗申动力机械股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2020-2023年经营状况

#### 四、发展战略

#### 第十节 江苏小牛电动科技有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2020-2023年经营状况

##### 四、发展战略

#### 第十章 电动摩托车行业投资前景分析

##### 第一节 电动摩托车市场前景预测分析

###### 一、电动摩托车供应预测分析

###### 二、电动摩托车销售预测分析

###### 三、电动摩托车市场前景预测分析

##### 第二节 电动摩托车行业投资风险分析

###### 一、政策风险

###### 二、竞争风险

###### 三、市场风险

##### 第三节 电动摩托车企业投资策略及建议

#### 第十一章 电动摩托车企业投资战略与客户策略分析

##### 第一节 电动摩托车企业发展战略规划背景意义

###### 一、企业转型升级的需要

###### 二、企业做大做强的需要

###### 三、企业可持续发展需要

##### 第二节 电动摩托车企业战略规划制定依据

###### 一、国家产业政策

###### 二、行业发展规律



三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 电动摩托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、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 电动摩托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、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第十二章 中国电动摩托车产业研究总结

第一节 供需情况总结

第二节 壁垒及利好

第三节 中国电动摩托车产业发展趋势分析

一、中国电动摩托车市场趋势

二、电动摩托车发展展望

三、电动摩托车企业竞争趋向

图表目录

图表：电动摩托车(电动轻便摩托车)与电动自行车的区别

图表：电动摩托车产业链构成

- 图表：2019-2023年全球电动摩托车产量
- 图表：2018-2023年中国gdp及增长情况
- 图表：2018-2023年中国cpi变化情况(%)
- 图表：2023年全国固定资产投资(不含农户)同比增速(%)
- 图表：2023年三次产业投资占固定资产投资(不含农户)比重
- 图表：2023年东中西部固定资产投资增速(%)
- 图表：2023年各月规模以上工业增加值同比增长情况(%)
- 图表：2019-2023年工业产能利用率
- 图表：规模以上工业企业各月累计营业收入与利润总额同比增速
- 图表：规模以上工业企业各月累计利润率与每百元营业收入中的成本
- 图表：2023年规模以上工业企业分经济类型营业收入与利润总额增速
- 图表：2018-2023年中国人口规模变化
- 图表：中国新出生人口变化情况(万人)
- 图表：2023年全国人口年龄构成
- 图表：2010-2025年中国人口预期寿命
- 图表：中国老龄人口占比上升
- 图表：2018-2023年在园幼儿人数及学前教育毛入园率
- 图表：2018-2023年义务教育阶段在校生数及九年义务教育巩固率
- 图表：2018-2023年高中教育阶段在校生数及毛入学率
- 图表：2018-2023年高等教育在学总规模及毛入学率
- 图表：2018-2023年中国城乡人口数量统计(万人)
- 图表：2018-2023年中国人口城镇化率统计
- 图表：近年来国家电动摩托车相关政策及标准
- 图表：2019-2023年中国电动摩托车供给规模(产量)

图表：2019-2023年中国电动摩托车需求规模(销量)

图表：2019-2023年中国电动摩托车营收情况

图表：2019-2023年中国电动摩托车生产成本情况

图表：2019-2023年中国电动摩托车毛利率情况

图表：2019-2023年中国电子商务平台交易额

图表：2019-2023年中国购物中心数量

图表：2019-2023年我国电动摩托车企业资产总计对比(单位：亿元)

图表：2019-2023年我国电动摩托车企业从业人员对比(单位：人)

图表：2019-2023年我国电动摩托车企业营业收入对比(单位：亿元)

图表：2019-2023年我国电动摩托车企业利润总额对比(单位：亿元)

图表：2019-2023年雅迪控股的经营状况

图表：2019-2023年爱玛科技的经营状况

图表：2019-2023年春风动力的经营状况

图表：2019-2023年隆鑫通用的经营状况

图表：2019-2023年九号公司的经营状况

图表：2019-2023年钱江摩托的经营状况

图表：2019-2023年新日股份的经营状况

图表：2019-2023年绿源集团控股的经营状况

图表：2019-2023年宗申动力的经营状况

图表：2019-2023年小牛电动的经营状况

图表：电动摩托车产量预测(单位：万辆)

图表：电动摩托车销量预测(单位：万辆)

**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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/qiche/201512287061.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)