



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电动三轮车市场供需与投资潜力分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电动三轮车市场供需与投资潜力分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/252859.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

电动三轮车是用以电瓶为动力，电机为驱动的拉货或拉人用的三轮运输工具。电动三轮车电机采用直流串激牵引式有刷或无刷电机，电机内部设有调速增力装置，正常使用不易损坏，保证了输出动力强劲。电力作为一种环保，清洁，转换率高的重要的能源，广泛用于生产和生活，以电力为应用来驱动交通工具的更新换代，促进交通运输行业的低碳化发展，降低交通成本，节约能源，保护环境，是世界各国研究的重要课题之一，经过几十年的发展，已经应用在电动城市公交车辆，厂矿电动运输车辆，电动城市环卫清洁车辆，工程，隧道，地铁施工专用车辆等诸多领域。电动三轮车以其适用性强，机动灵活，维护简单，维修方便，价格低廉等优点，可以灵活地穿行于狭小的马路间。广泛应用于家庭、城乡、个体出租、厂区、矿区、环卫、社区保洁等短途运输领域。

中国电动三轮车行业起步于2001年左右，至今已有十多年的发展历程。从2004年的总产量约50万辆到2013年的约1000万辆，电动三轮车行业发展之迅速让人为之振奋。最近几年属于电动三轮车蓬勃发展的关键时刻，预计2014年全国电动三轮车行业总销量将超过1200万辆。

电动三轮车行业起步相对较晚，竞争相对并不激烈，然而与前几年相比，近几年由于行业发展增速，企业数量也随之急速增长。目前，全国共有电动三轮车品牌厂家500余家，规模相对较大的企业有：淮海、金彭、宇峰、步步先、力之星、新鸽、宝岛、百事利、平安人家、常力等。就销量上来说，目前年产量超过十万辆的企业有10家左右，分别是淮海、金彭、宇峰、步步先、力之星、新鸽、宝岛，年产量在五万至十万辆左右的企业约有二十多家，包括福田、速利达、丰收、帅克等，另外，全国各区域分布着众多中小型电动三轮车企业，如美时达、万吉、绿能达、金源、阿拉奇等。由于行业仍处于生长期阶段，现有电动三轮车企业发展势头良好，而更多的企业跻身到这一行业中来，其中包括摩托车企业、电动车企业以及自行车企业等。另一方面市场的不成熟也导致了行业内目前仍未出现实力明显领先的企业与品牌，电动三轮车行业品牌格局并未形成，而目前的基本格局也只是一个暂时的，并不稳定的格局，在行业迅速发展的近一两年内，这一格局将有可能被多次改变。2007年至今，电动三轮车产业出现井喷状态，其发展形势犹如七年前的电动自行车行业。市场的迅速增长给企业带来巨大机会，同时也成为品牌突围的最佳时机，预计在三年之内，将会陆续有更多的企业进入到这一行业，电动三轮车行业的企业数量将成倍增长，而行业品牌格局在产业规模的持续扩张以及行业洗牌的双重作用下将逐渐清晰，并形成相对稳定的状态。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国电动三轮车市场供需与投资潜力分析报告》共十二章。介绍了电动三轮车行业相关概述、中国电动三轮车产业运行环境、分析了中国电动三轮车行业的现状、中国电动三轮车行业竞争格局、对中国电动三轮车行业做了重点企业经营状况

分析及中国电动三轮车产业发展前景与投资预测。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 电动三轮车行业概述 1

第一节 电动三轮车定义 1

第二节 电动三轮车应用领域 1

第三节 电动三轮车市场的相关政策 1

第四节 电动三轮车生产工艺技术进展及当前发展趋势 2

第二章 发展环境分析 3

第一节 全球经济环境分析 3

一、2014年世界经济运行基本情况 3

二、2014年世界经济运行的主要特点 6

三、对2015年世界经济的初步判断 9

第二节 后金融危机对全球经济的影响 9

第三节 后金融危机对中国经济的影响 12

一、后金融危机对中国实体经济的影响 12

二、国际金融危机对我国经济带来的挑战 13

1、对经济增长的影响 13

2、对投资的影响 13

3、对进出口贸易的影响 13

4、对消费的影响 14

5、对工业生产的影响 14

6、对主要行业和企业的影响 14

三、国际金融危机给我国经济带来的机遇 15

1、加快经济发展方式转变的机遇 15

2、促进产业结构调整、产业升级的机遇 15

3、促进企业购并、做大做强的机遇 15

4、加快体制、机制改革的机遇 16

第四节 中国经济环境分析 16

一、2014年中国宏观经济运行概况 16

1、国民经济运行情况GDP 16

2、消费价格指数CPI、PPI 17

3、全国居民收入情况 22

4、工业发展形势 24

5、固定资产投资情况 27

6、财政收支状况 29

7、中国汇率调整 30

8、社会消费品零售总额 30

9、对外贸易&进出口 33

10、交通、邮电和旅游 36

二、中国宏观经济趋势预测 38

第三章 2013-2014年电动三轮车行业及运营数据 41

第一节 2013-2014年电动三轮车行业市场状况 41

一、2013-2014年电动三轮车行业市场产值 41

二、2013-2014年电动三轮车行业市场销售额 42

三、2013-2014年电动三轮车行业市场容量 42

第二节 2013-2014年电动三轮车行业运营数据 43

一、2013-2014年电动三轮车行业资产状况 43

二、2013-2014年电动三轮车行业负债状况 43

三、2013-2014年电动三轮车行业成长性分析 44

四、2013-2014年电动三轮车行业经营能力分析 44

五、2013-2014年电动三轮车行业盈利能力分析 45

六、2013-2014年电动三轮车行业偿债能力分析 45

第四章 2013-2014年电动三轮车行业市场供给状况 46

第一节 电动三轮车行业总体规模 46

第二节 电动三轮车产能概况 47

一、历年产能分析 47

二、2015-2020年产能预测 47

第三节 电动三轮车产量概况 48

一、历年产量分析	48
二、产能利用率调查	49
三、2015-2020年产量预测	50
第四节 电动三轮车产业的生命周期分析	50
一、萌芽期的成长	51
二、成长期的跨越	51
三、井喷阶段的发展	52
第五章 2013-2014年电动三轮车行业市场需求状况	54
第一节 2013-2014年电动三轮车行业市场销售	54
第二节 2013-2014年电动三轮车行业市场潜在需求量状况	55
第三节 电动三轮车行业的经销模式	55
第四节 电动三轮车行业的主要销售渠道分析	56
第五节 电动三轮车行业市场需求的地域分布分析	57
第六节 未来几年电动三轮车行业销售量预期以及市场满足率	57
第六章 电动三轮车产品价格走势及影响因素分析	59
第一节 近三年来电动三轮车产品价格走势	59
第二节 近几年来电动三轮车产品价格影响因素分析	59
第三节 电动三轮车行业价格竞争方式分析	60
第四节 2015-2020年电动三轮车价格走势预测	61
第七章 电动三轮车行业进出口市场分析	62
第一节 电动三轮车进出口市场分析	62
一、电动三轮车进出口产品构成特点	62
二、2013-2014年电动三轮车进出口市场发展分析	62
第二节 电动三轮车行业进出口数据统计	63
一、2013-2014年中国电动三轮车进口量统计	63
二、2013-2014年中国电动三轮车出口量统计	63
第三节 电动三轮车进出口区域格局分析	64
一、进口地区格局	64
二、出口地区格局	64

第四节 2015-2020年中国电动三轮车进出口预测 64

一、2015-2020年中国电动三轮车进口预测 64

二、2015-2020年中国电动三轮车出口预测 65

第八章 电动三轮车区域市场情况分析 66

第一节 华北地区 66

一、2013-2014年行业发展现状分析 66

二、2013-2014年市场销售情况分析 66

三、2013-2014年市场产量情况分析 67

四、2015-2020年市场潜在需求分析 67

五、2015-2020年行业发展趋势分析 68

第二节 东北地区 68

一、2013-2014年行业发展现状分析 68

二、2013-2014年市场销售情况分析 69

三、2013-2014年市场产量情况分析 69

四、2015-2020年市场潜在需求分析 70

五、2015-2020年行业发展趋势分析 70

第三节 华东地区 70

一、2013-2014年行业发展现状分析 70

二、2013-2014年市场销售情况分析 71

三、2013-2014年市场产量情况分析 72

四、2015-2020年市场潜在需求分析 72

五、2015-2020年行业发展趋势分析 73

第四节 华南地区 73

一、2013-2014年行业发展现状分析 73

二、2013-2014年市场销售情况分析 74

三、2013-2014年市场产量情况分析 74

四、2015-2020年市场潜在需求分析 75

五、2015-2020年行业发展趋势分析 75

第五节 西南地区 75

一、2013-2014年行业发展现状分析 75

二、2013-2014年市场销售情况分析 76

三、2013-2014年市场产量情况分析 77

四、2015-2020年市场潜在需求分析 77

五、2015-2020年行业发展趋势分析 78

第六节 西北地区 78

一、2013-2014年行业发展现状分析 78

二、2013-2014年市场销售情况分析 79

三、2013-2014年市场产量情况分析 79

四、2015-2020年市场潜在需求分析 80

五、2015-2020年行业发展趋势分析 80

第七节 华中地区 80

一、2013-2014年行业发展现状分析 80

二、2013-2014年市场销售情况分析 81

三、2013-2014年市场产量情况分析 82

四、2015-2020年市场潜在需求分析 82

五、2015-2020年行业发展趋势分析 83

第九章 电动三轮车市场竞争策略分析 84

第一节 行业竞争结构分析 84

一、现有企业间竞争 84

二、潜在进入者分析 85

三、替代品威胁分析 85

四、供应商议价能力 86

五、客户议价能力 87

第二节 电动三轮车市场竞争策略分析 88

一、电动三轮车市场增长潜力分析 88

二、电动三轮车行业竞争情况分析 89

三、电动三轮车产品竞争策略分析 90

第三节 电动三轮车行业发展趋势分析 93

一、2015-2020年我国电动三轮车市场需求预测 93

二、2015-2020年电动三轮车行业销售额变化预测 93

三、2015-2020年电动三轮车行业产值变化预测 94

四、2015-2020年电动三轮车行业市场规模变化预测 94

第十章 电动三轮车行业发展趋势及投资风险分析 95

第一节 当前电动三轮车行业存在的问题 95

第二节 电动三轮车行业未来发展预测分析 95

一、中国电动三轮车发展趋势分析 95

二、中国电动三轮车行业投资环境分析 96

三、中国电动三轮车行业投资趋势分析 96

四、中国电动三轮车行业产品投资方向 97

第三节 中国电动三轮车行业资本市场的运作 97

一、电动三轮车企业国内资本市场的运作建议 97

二、电动三轮车企业海外资本市场的运作建议 100

第四节 项目投资运作建议 101

一、中国电动三轮车行业投资对象 101

二、中国电动三轮车行业投资营销模式 101

第十一章 电动三轮车行业投资风险预警 102

第一节 影响电动三轮车行业发展的主要因素 102

一、2014年影响电动三轮车行业运行的有利因素 102

二、2014年影响电动三轮车行业运行的稳定因素 104

三、2014年影响电动三轮车行业运行的不利因素 104

四、2015年我国电动三轮车行业发展面临的挑战 107

五、2015年我国电动三轮车行业发展面临的机遇 108

第二节 专家对电动三轮车行业投资风险预警 109

一、2015-2020年电动三轮车行业市场风险及控制策略 109

二、2015-2020年电动三轮车行业政策风险及控制策略 110

三、2015-2020年电动三轮车行业经营风险及控制策略 111

四、2015-2020年电动三轮车同业竞争风险及控制策略 113

五、2015-2020年电动三轮车行业其他风险及控制策略 114

第十二章 2013-2014年中国电动三轮车行业知名品牌企业竞争力分析 118

第一节 山东舜风电动车有限公司 118

一、企业简介 118

二、产品介绍 120

三、经营情况 122

1、企业偿债能力分析 122

2、企业运营能力分析 122

3、企业盈利能力分析 122

四、未来发展趋势 122

第二节 常州市宇锋车业有限公司 123

一、企业简介 123

二、产品介绍 123

三、经营情况 123

1、企业偿债能力分析 123

2、企业运营能力分析 124

3、企业盈利能力分析 124

四、未来发展趋势 124

第三节 徐州百事利电动车业有限公司 124

一、企业简介 124

二、产品介绍 125

三、经营情况 126

1、企业偿债能力分析 126

2、企业运营能力分析 126

3、企业盈利能力分析 126

四、未来发展趋势 126

第四节 江苏金彭车业有限公司 126

一、企业简介 126

二、产品介绍 127

三、经营情况 127

1、企业偿债能力分析 127

2、企业运营能力分析 127

3、企业盈利能力分析 128

四、未来发展趋势 128

第五节 河南省世纪泰美车业有限公司 128

一、企业简介 128

二、产品介绍	129
三、经营情况	129
1、企业偿债能力分析	129
2、企业运营能力分析	129
3、企业盈利能力分析	129
四、未来发展趋势	129
第六节 徐州金隆车业有限公司	130
一、企业简介	130
二、产品介绍	130
三、经营情况	131
1、企业偿债能力分析	131
2、企业运营能力分析	131
3、企业盈利能力分析	131
四、未来发展趋势	131

图表目录：

图表：2013年7国集团GDP增长率	3
图表：2013年金砖国家及部分亚洲经济体GDP增长率	4
图表：全球及主要经济体制造业和服务业PMI	6
图表：全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数	6
图表：2009—2013年国内生产总值和增长速度	17
图表：2013年居民消费价格指数月度增长幅度	18
图表：2013年局面消费价格指数较上一年涨跌幅度	18
图表：2013年工业生产者出厂价格跌涨幅情况	19
图表：2013—2014年工业生产者购进价格跌涨幅情况	20
图表：2013—2014年生产资料出厂价格跌涨幅情况	21
图表：2013—2014年生活资料出厂价格跌涨幅情况	21
图表：2009—2013年农村人均纯收入	23
图表：2009—2013年城镇人均可支配收入	23
图表：2013年规模以上工业增加值增速	24
图表：2009—2013年建筑业增加值	25
图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度	26

图表：2013年固定资产累计投资增速 27

图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 28

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力 28

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 29

图表：2009—2013年我国公共财政收入 29

图表：2009—2013年国家外汇储备 30

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比） 31

图表：2013年社会消费品零售总额环比增速 32

图表：2013年全年社会消费品零售总额主要数据 33

图表：2009—2013年货物进出口总额 34

图表：2013年货物进出口总额及其增长速度 34

图表：2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度 35

图表：2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度 35

图表：2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 35

图表：2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度 36

图表：2013年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 36

图表：2013年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 37

图表：2009—2013移动用户数量 38

图表：2013-2014年电动三轮车行业市场产值 41

图表：2013-2014年电动三轮车行业市场销售额 42

图表：2013-2014年电动三轮车行业市场容量 42

图表：2013-2014年电动三轮车行业资产状况 43

图表：2013-2014年电动三轮车行业负债状况 43

图表：2013-2014年电动三轮车行业成长能力指标 44

图表：2013-2014年电动三轮车行业经营能力指标 44

图表：2013-2014年电动三轮车行业盈利能力指标 45

图表：2013-2014年电动三轮车行业偿债能力指标 45

图表：2013-2014年电动三轮车行业总体市场规模 46

图表：2013-2014年电动三轮车行业产能情况 47

图表：2015-2020年电动三轮车行业产能预测 47

图表：2013-2014年电动三轮车行业产量情况 49

图表：2013-2014年电动三轮车行业产能利用率情况 49

图表：2015-2020年电动三轮车行业产量预测 50

图表：2013-2014年电动三轮车行业市场销售量 54

图表：2013-2014年电动三轮车行业市场潜在需求量 55

图表：2013年电动三轮车行业市场需求的的地域分布情况 57

图表：2015-2020年电动三轮车行业销售量预测 57

图表：2015-2020年电动三轮车行业市场满足率 58

图表：2013-2014年来电动三轮车产品价格走势 59

图表：2015-2020年电动三轮车价格走势预测 61

图表：2013-2014年中国电动三轮车进口量情况 63

图表：2013-2014年中国电动三轮车出口量情况 63

图表：2015-2020年中国电动三轮车进口量预测 64

图表：2015-2020年中国电动三轮车出口量预测 65

图表：2013-2014年中国华北地区电动三轮车销售情况 66

图表：2013-2014年中国华北地区电动三轮车产量情况 67

图表：2015-2020年中国华北地区电动三轮车销售量预测 67

图表：2013-2014年中国东北地区电动三轮车销售情况 69

图表：2013-2014年中国东北地区电动三轮车产量情况 69

图表：2015-2020年中国东北地区电动三轮车销售量预测 70

图表：2013-2014年中国华东地区电动三轮车销售情况 71

图表：2013-2014年中国华东地区电动三轮车产量情况 72

图表：2015-2020年中国华东地区电动三轮车销售量预测 72

图表：2013-2014年中国华南地区电动三轮车销售情况 74

图表：2013-2014年中国华南地区电动三轮车产量情况 74

图表：2015-2020年中国华南地区电动三轮车销售量预测 75

图表：2013-2014年中国西南地区电动三轮车销售情况 76

图表：2013-2014年中国西南地区电动三轮车产量情况 77

图表：2015-2020年中国西南地区电动三轮车销售量预测 77

图表：2013-2014年中国西北地区电动三轮车销售情况 79

图表：2013-2014年中国西北地区电动三轮车产量情况 79

图表：2015-2020年中国西北地区电动三轮车销售量预测 80

图表：2013-2014年中国华中地区电动三轮车销售情况 81

图表：2013-2014年中国华中地区电动三轮车产量情况 82

图表：2015-2020年中国华中地区电动三轮车销售量预测 82

图表：2015-2020年中国电动三轮车市场需求预测 93

图表：2015-2020年中国电动三轮车销售收入预测 93

图表：2015-2020年中国电动三轮车产值预测 94

图表：2015-2020年中国电动三轮车行业市场规模预测 94

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/252859.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。