



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国单轮电动车 产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2015-2020年中国单轮电动车产业发展现状及市场监测报告》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/267597.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

单轮电动机车是美国最新研制一款RYNO机车，采用单个车轮，是一款类似于赛格威平衡车和电动踏板车的新型交通工具，最大的优点是不会让驾驶者摔倒。机车的重量为57公斤，能够应对机车倾斜角度和30度坡度。其设计灵感来源于2009年公司CEO克里斯·霍夫曼(Chris Hoffmann)的女儿。

单轮电动机车采用单个车轮，充电电池作为动力，这款单轮电池动力机车时速可达到40公里，由于体积较小，在任何地点随意泊车和充电，它专为通勤者设计，可有效解决交通堵塞，避免昂贵的泊车费用。预计价格为3344美元。

优势特点:

- 1、RYNO机车具有很大的优势，它可以在街巷之中穿梭，在复杂的环境中比其它车辆更快地抵达目的地。它能够像自行车一样随意停放任何地点，无需缴纳停车费。
- 2、具有特殊的自平衡技术，在行驶时可保持机车不会摔倒。
- 3、可携带进入列车，穿过步行商业街，具备电动踏板车的功能。或者最简单地驾驶RYNO机车穿过休息室，乘坐电梯抵达住宅。
- 4、机车的电池可以移除，插入电源插座上进行充电。

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。

报告目录：

第一章 中国单轮电动机车产品品牌市场实地调研

第一节 中国单轮电动机车产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、单轮电动机车产品品牌平均价格趋势分析

三、2015-2020年中国单轮电动机车产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国单轮电动机车产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对单轮电动机车产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对单轮电动机车产品品牌价格的影响

第三节 中国单轮电动机车产品品牌市场消费状况分析

一、中国单轮电动机车产品品牌市场消费结构

二、中国单轮电动机车产品品牌市场消费特点

三、影响中国单轮电动车产品品牌市场消费因素

第二章 中国单轮电动车产品品牌市场结构调研

第一节 中国单轮电动车市场主要品牌发展分析

一、中国单轮电动车市场主要品牌所占市场份额

二、中国单轮电动车市场各品牌新动向监测

第二节 中国单轮电动车市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国单轮电动车市场品牌发展新特色分析

第三章 中国单轮电动车行业区域市场发展分析及发展前景预测

第一节 华北地区单轮电动车市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第二节 东北地区单轮电动车市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第三节 华东地区单轮电动车市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第四节 华南地区单轮电动车市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第五节 华中地区单轮电动车市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第六节 西南地区单轮电动车市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第七节 西北地区单轮电动车市场发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第四章 中国单轮电动车行业需求用户调研结果

第一节 单轮电动车行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节 中国单轮电动车行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

二、不同年龄用户需求特点分析

三、不同地区用户需求特点分析

四、不同学历用户需求特点分析

第五章 中国单轮电动车产品品牌上游市场调查情况

第一节 中国单轮电动车产品原材料生产情况调查

一、中国单轮电动车产品原材料产量调查分析

二、中国单轮电动车产品原材料生产区域结构调查

三、2015-2020年中国单轮电动车产品原材料生产规模预测

第二节 中国单轮电动车产品原材料价格走势调查

一、中国单轮电动机车产品原材料历年价格趋势调查

二、单轮电动机车产品原材料未来走势预测

三、单轮电动机车产品原材料价格走势对企业影响

(一) 短期影响分析研究

(二) 长期影响分析研究

(三) 产品原材料成本敏感度

第三节 中国单轮电动机车产品生产现状概况

一、中国单轮电动机车产品生产规模调查

二、中国单轮电动机车产品生产结构调查

三、2015-2020年中国单轮电动机车产品产量预测

第六章 中国单轮电动机车产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节 加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第七章 中国单轮电动机车行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国单轮电动机车行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要单轮电动机车行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 中国单轮电动机车产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 中国单轮电动车产品品牌销售渠道模式研究

一、中国单轮电动车产品品牌渠道销售现状调查

二、中国单轮电动车产品品牌营销渠道调研

三、中国单轮电动车产品品牌渠道发展机遇

四、中国单轮电动车产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 中国单轮电动车产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 中国单轮电动车产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 中国单轮电动车产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、单轮电动车产品品牌营销的发展之道

三、中国单轮电动车品牌市场营销渠道探讨

第九章 中国单轮电动车行业竞争对手渠道模式

第一节 单轮电动车市场渠道情况

第二节 单轮电动车竞争对手渠道模式

第三节 单轮电动车直营代理分布情况

第十章 中国单轮电动车行业竞争力与发展态势研究

第一节 中国单轮电动车行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 中国单轮电动车企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争群组竞争成功的关键因素分析

第三节 中国单轮电动车行业竞争力分析

一、单轮电动车行业竞争分析

二、中外单轮电动车产品竞争力比较分析

三、中国单轮电动车市场竞争格局分析

四、2015-2020年国内主要单轮电动车企业动向研究

第三节 2015-2020年中国单轮电动车行业竞争态势展望

第十一章 中国单轮电动车行业重点品牌企业经营策略

第一节 品牌A

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第二节 品牌B

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第三节 品牌C

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第四节 品牌D

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第五节 品牌E

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第十二章 中国单轮电动机车行业供需预测与发展趋势

第二节 中国单轮电动机车行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 单轮电动机车行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2015-2020年单轮电动机车行业总资产预测

第四节 2015-2020年单轮电动机车行业工业总产值预测

第五节 2015-2020年单轮电动机车行业销售收入预测

第六节 2015-2020年中国单轮电动机车行业盈利能力预测

第十三章 2015-2020年中国单轮电动机车行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国单轮电动机车行业SWOT模型分析

第二节 中国单轮电动机车行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2015-2020年中国单轮电动机车行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国单轮电动机车行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国单轮电动机车项目行业可行性分析研究

图表目录：

图表2011-2014年中国单轮电动机车市场主要品牌所占市场份额统计

图表2011-2014年中国单轮电动机车市场各品牌新动向监测数据

图表 2011-2014年中国单轮电动机车市场品牌排名调查情况

图表 2011-2014年中国单轮电动机车品牌按照销售额排名

图表 2011-2014年中国单轮电动机车品牌按市场份额排名

图表 2011-2014年中国单轮电动机车品牌按品牌知名度排名

图表 2011-2014年中国单轮电动机车品牌按消费者认可度排名

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业市场规模调研

图表：2011-2014年全球单轮电动机车行业市场规模调研

图表：2011-2014年中国单轮电动机车重要数据指标比较

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业销售数据统计

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业利润走势表

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业资产数据情况

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业进口数据统计

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业出口数据统计

图表：2011-2014年中国单轮电动机车品牌竞争力前十名排名

图表：2011-2014年中国单轮电动机车品牌发展潜力前十名排名

图表：中国消费者收入水平调查

图表：2011-2014年中国消费者信心指数数据

图表：2011-2014年中国单轮电动机车市场的消费需求变化

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业的需求情况分析

图表：2011-2014年单轮电动机车品牌市场消费需求分析

图表：2011-2014年中国单轮电动机车产品行业消费特点

图表：2011-2014年中国单轮电动机车产品消费者实地调查数据

图表：2011-2014年中国单轮电动机车产品消费结构表

图表：2011-2014年中国单轮电动机车产品消费的市场变化图

图表：2011-2014年中国单轮电动机车产品市场的消费方向走势图

图表：2011-2014年中国单轮电动机车行业品牌市场占有率调查数据

图表：2011-2014年中国华南区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国华东区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国东北区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国中南区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国华北区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国西南区域产品供应与销售数据

图表：2011-2014年中国西北区域产品供应与销售数据

图表：中国十大单轮电动机车产品品牌排行榜

图表：中国单轮电动机车产品品牌行业生命周期趋势图

图表：2007-中国单轮电动机车产品品牌行业增长性图表

图表：重点企业销售收入数据统计

图表：重点企业盈利指标情况

图表：重点企业盈利能力情况

图表：重点企业资产运行指标状况

图表：重点企业资产负债能力指标分析

图表：重点企业成本费用构成情况

图表：2015-2020年中国单轮电动机车行业市场需求状况预测

图表：2015-2020年中国单轮电动机车行业市场供给状况预测

图表：2015-2020年中国单轮电动机车行业市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国单轮电动机车行业产能状况预测

图表：2015-2020年中国单轮电动机车行业消费量预测

图表：2015-2020年中国单轮电动机车行业发展趋势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/267597.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提供专业投资咨询报告、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。