



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国电动自行车市 场竞争格局及投资前景分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国电动自行车市场竞争格局及投资前景分析报告》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/37212.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

目前国内上千家电动自行车厂商，已初步形成各自为战的“四大方阵”：第一方阵，以江浙和天津板块中的强势品牌为主，比如雅迪、富士达、新日等。他们占据了相对稳定的市场份额，并仍在寻求快速上升的通道；第二方阵，是数十家年销售规模在5万辆以上的地方强势品牌，他们目前已在在一个或数个省份里占有一定的市场份额；第三方阵，是销量在1-5万辆之间的品牌，这些企业应该有几百家；第四方阵，就是大量销量在1万辆以下的品牌，这些企业销售仅面向局部县市市场。

三大产能板块正在形成行业集群。现在全国正在形成天津、江苏和浙江三大主要电动自行车生产板块，而上海和山东近年电动自行车生产企业数量也在急剧增加。天津和江苏这两大板块，近两年发展更是非常迅猛，形成了中国电动自行车行业的南北代表性板块，其中天津成为“简易款”代表，江苏成为“豪华款”发展的集中区域。江苏板块：豪华电动自行车“全国看江苏，江苏看无锡”；在整个江苏形成了苏州、无锡、常州、南通、泰州等几大电动自行车生产集中地，但最突出的代表还是无锡。无锡是摩托车产业发展最早的基地之一，相较全国其他地区甚至是江苏省内，在电动自行车行业起步较晚。但近两年国内摩托车屡屡受挫、城市禁摩、石油涨价等不利因素越来越多，无锡企业迅速看到了市场商机。特别是当电动自行车豪华款在中国出现并迅速发展之时，无锡传统的摩托车企业纷纷抓住这一历史性的转型机遇，以大手笔、高起点、新理念切入电动自行车生产，并依托原有的摩托车销售渠道迅速占领了市场，为行业带来了全新的气象，也相应地提高了行业门槛。如今无锡已成为整个江苏乃至全国电动自行车行业发展的火车头，并不断扩张产能。目前，众星（原捷达摩托）、新世纪、赤兔马、莱宝驰、国威、新日、董氏车业等一大批企业，正在无锡投资建新厂区或引进新技术、新设备，还有一些企业以合资合作等方式在企业周边打造自己的配套产业链，在新一轮竞争中争取进一步做大做强。与国内其他地区相比，无锡电动自行车产业还有很强的区域聚集优势。在整个无锡区域内，已逐步形成了以锡山为代表的电动自行车产业区，锡山的查桥、廊下、港下、梅村等村镇聚集了整个无锡地区80%左右的电动自行车整车及配件生产企业。这些企业的紧密协作和专业化分工已达到了非常细致的程度。比如在查桥新世纪工业园中，几乎所有的企业都与电动自行车行业相关。从而形成了豪华款电动自行车制造“全国看江苏、江苏看无锡，无锡看锡山，锡山看查桥”的递进格局。天津2005年正式取代之前产销量连续几年全国第一的浙江成为了全国第一大电动自行车生产基地，并且从今后发展趋势来看，短期内天津电动自行车产销量霸主地位还难以撼动。

2008年中国电动自行车市场总量可能接近2000万辆左右。仍然保持着高速增长的市场态势。其中一线市场的成长空间有限，而成长主要来源于中小城市及乡镇这些二三线市场。电动自行车就产品而言，北方市场增长空间较大，由于产品适用环境的关系，其市场总量并不大，其该区域的产品半包车占有量为50%左右，自行车款占有量在15%左右，豪华车占有量在35%左右。而南方市场其豪华款型占有量将在80%以上。电动自行车价格尽管受电池及原材料的影响，但对终端销售价格难以产生较大的影响，其主流产品单价仍然集中于1500至2000元之间。2010年，中国电动自行车的产销量可达到2250万辆，出口量为500万辆-600万辆，实现工业产值700亿元。

本报告详尽描述了中国电动自行车行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对电动自行车需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对电动自行车行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助电动自行车企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国自行车协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目录 】

第一章 电动自行车行业基本概况

第一节 行业界定及主要产品

一、行业界定

二、主要产品及分类

第二节 电动自行车行业的产业链分析

第三节 电动自行车行业在国民经济中的地位

一、2007年电动自行车行业占GDP比重

二、行业对其他产业的影响

三、电动自行车行业对税收的贡献率

第四节 2007-2008年电动自行车行业综合经济指标

一、行业规模

二、发展速度

三、平均利润水平

四、主要厂商

第二章 2007-2008年世界电动自行车行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、2008-2010年世界经济继续发展

二、2008-2010年世界人均可支配收入增加

三、石油价格大幅上升

四、钢材价格上涨

第二节 政府政策分析

一、环保要求日益严格

二、放开电动自行车管制

第三节 技术层面分析

第四节 2007-2008年世界重点电动自行车市场

一、日本

二、美国

三、欧洲

第三章 2007-2008年中国电动自行车行业发展环境分析

第一节 2007-2008年中国电动自行车社会环境分析

一、中国人口结构有利扩大消费

二、中国人口因素有利电动自行车的发展

三、社会能源的发展影响电动自行车行业

四、中国交通环境与电动自行车的发展

第二节 2007-2008年中国电动自行车经济环境分析

一、中国经济进入新平稳快速增长期

二、电动自行车行业的消费环境

三、氢经济论降温与中国电动自行车的发展

四、稀土价格上涨影响电动自行车价格

第三节 2007-2008年中国电动自行车政策环境分析

一、中国电动自行车行业面临新标准考验

二、电动自行车新政策即将出台使企业呼声一片

三、国内首批燃料电池汽车国家标准编制启动

四、浙江省电动自行车行业“十一五”整体规划

第四节 2007-2008年中国电动自行车技术环境分析

一、电动自行车技术发展回顾

二、国内电动自行车的技术发展概况

三、轻型电动自行车技术进步解析

第四章 2007-2008年中国市场电动自行车行业发展瓶颈分析

第一节 国家电动自行车产业政策各部门、各省市认识不一

一、北京从2002年8月限制到2006年1月4日起开放

二、上海1993年至2005年开放到2006年至2007年进行限制

三、珠海2005年7月1日立法禁止电动自行车

四、广州行政禁止电动自行车

五、武汉行政限制电动自行车

第二节 2007-2008年中国电动自行车标准之争令市场彷徨

一、电动自行车行业内部标准之争

二、中国自行车协会和中国摩托车协会、中国汽车行业协会的标准之争

第三节 2007-2008年中国电动自行车企业生产瓶颈

一、原料价格上升

二、假冒产品

第四节 2008-2010年电动自行车企业如何突破瓶颈

第五章 2008-2010年中国电动自行车发展态势与格局分析

第一节 中国电动自行车产业的概况

一、国内电动自行车产业的发展

二、电动自行车产业化已开始起步

三、电动自行车产业发展热点分析

第二节 2001-2008年中国电动自行车市场规模

一、电动自行车市场规模

二、电动自行车市场增长性与波动性分析

第三节 近年中国电动自行车行业市场竞争格局综述

一、电动自行车行业市场集中度分析

二、电动自行车行业市场竞争程度

三、不同品牌的市场定位

第四节 “十一五”期间中国电动自行车的发展形势

一、“十一五”期间中国将重点发展节能环保型汽车

二、“十一五”期间中国电动自行车的项目关注分析

三、“十一五”期间中国引导重点城市发展电动自行车

第六章 2007-2008年中国电动自行车行业市场供给态势分析

第一节 2007-2008年中国电动自行车市场供给总体走势

一、2007-2008年中国电动自行车生产规模

二、2007-2008年中国电动自行车生产结构

三、企业规模与分布

四、2008-2010年中国电动自行车市场供给预测

第二节 2007-2008年中国电动自行车生产基地-无锡

一、发展历程与态势

二、总体产值与市场份额

三、特点与优势

第三节 2007-2008年中国电动自行车生产基地-潍坊

一、发展历程与态势

二、总体产值与市场份额

三、特点与优势

第七章 2007-2008年中国电动自行车市场需求分析

第一节 影响电动自行车需求的因素

一、居民收入水平因素

二、价格因素

三、政策因素

四、电动车自身的原因

第二节 电动自行车交通的主要特点与前景

一、电动自行车交通具有功能、经济、环保等三大优势

二、电动自行车交通的主要缺点

三、汽车交通与电动自行车交通并存的主要问题

四、自行车交通发展前景

五、自行车交通条件的改善途径

第三节 中国城市居民出行方式变化

一、以自行车为主的传统出行方式开始转变

二、交通工具更新换代

第四节 绿色交通对电动自行车市场需求的影响

一、绿色交通及其意义

二、发展绿色交通成为电动自行车市场的推动力量

第五节 2007-2008年中国电动自行车市场保有量情况

一、全国城镇居民电动自行车保有量

二、全国农村居民家庭电动自行车保有量

三、西部地区居民家庭电动自行车拥有量

第六节 2008-2010年电动自行车需求预测

一、市场需求总量保持小额稳步增长

二、中小城市和农村市场需求成为主要来源

三、自行车运动功能需求突出

第八章 2007-2008年电动自行车进出口分析

第一节 电动自行车进出口总体态势

一、2001-2008年电动自行车进出口规模及增长分析

二、电动自行车进出口地位和比重

三、电动自行车出口额占销售产值的比例，进口额占市场容量的比例

四、电动自行车进出口额差异及变化

第二节 2007-2008年电动自行车出口分析

一、电动自行车出口总体态势分析

二、电动自行车出口流向结构

三、主要出口企业

四、2001-2008年出口价格特征分析

第三节 2007-2008年电动自行车进口分析

一、电动自行车进口总体态势分析

二、电动自行车进口流向结构

三、主要进口企业

第四节 中国电动自行车出口自身存在的问题

一、品质和安全问题影响出口贸易

二、产品结构单一，科技含量低

三、出口企业内部质量管理水平不高

四、经营队伍杂乱、质量观念不强

五、经营手段不规范

第五节 2007-2008年中国自电动自行车出口贸易壁垒及应对

一、出口市场频频受阻，消极影响日益显现

二、贸易壁垒的形成有待于正确理解

三、产地转移非上策，品质提升是关键

四、积极应诉，掌握主动

五、借鉴台湾企业，产业思路求变

第六节 2008-2010年中国电动自行车出口前景展望

一、中国电动自行车出口的有利因素

二、中国电动自行车出口的不利因素

三、中国电动自行车主要出口市场机会分析

第九章 2007-2008年中国电动自行车的营销模式与战略分析

第一节 2007-2008年中国电动自行车营销模式分析

一、电动自行车销售模式概述

二、电动自行车要走专卖店营销模式

三、电动自行车渠道超市模式可行性分析

第二节 2007-2008年中国电动自行车市场重点营销概述

一、品牌营销

二、终端营销

三、绿色奥运营销

第三节 2007-2008年中国电动自行车营销策略

一、电动自行车市场的三种营销战略

二、电动自行车的品牌营销策略

三、中国电动自行车行业的营销建议

四、电动自行车营销渠道整合策略

第四节 2007-2008年中国电动自行车市场营销存在的问题

一、中国电动自行车市场营销存在的七种误区

二、电动自行车营销的错误认识浅析

三、电动自行车品牌营销的误区

第十章 2007-2008年中国电动自行车的相关行业运行走势分析

第一节 电动自行车用电池

一、锂动力电池与电动自行车的发展

二、影响电动汽车发展的蓄电池性能综述

三、电动自行车用电池发展方向

四、电动自行车用电池市场前景看好

第二节 电动自行车维修

一、电动自行车维修市场概况

二、电动自行车维修市场投资分析

三、电动自行车维修市场发展看好

第三节 普通自行车

一、普通自行车市场态势

二、普通自行车的缺点与不足

第四节 摩托车

一、摩托车市场态势

二、摩托车的缺点与不足

第十一章 电动自行车行业重点企业解读

第一节 2007-2008年中国十大电动自行车品牌

第二节 捷安特（中国）有限公司

一、公司简介

二、市场主要产品及发展态势

三、公司整体运营及财务分析

四、企业核心竞争力分析

五、公司未来发展新动向

第三节 天津富士达电动车有限公司

一、公司简介

二、市场主要产品及发展态势

三、公司整体运营及财务分析

四、企业核心竞争力分析

五、公司未来发展新动向

第四节 浙江绿源电动车有限公司

一、公司简介

二、市场主要产品及发展态势

三、公司整体运营及财务分析

四、企业核心竞争力分析

五、公司未来发展新动向

第五节 山东英克莱集团有限公司

一、公司简介

二、市场主要产品及发展态势

三、公司整体运营及财务分析

四、企业核心竞争力分析

五、公司未来发展新动向

第六节 天津市飞鸽电动自行车制造有限公司

一、公司简介

二、市场主要产品及发展态势

三、公司整体运营及财务分析

四、企业核心竞争力分析

五、公司未来发展新动向

第七节 上海永久股份有限公司

一、公司简介

二、市场主要产品及发展态势

三、公司整体运营及财务分析

四、企业核心竞争力分析

五、公司未来发展新动向

第八节 北京新日电动车制造有限公司

- 一、公司简介
- 二、市场主要产品及发展态势
- 三、公司整体运营及财务分析
- 四、企业核心竞争力分析
- 五、公司未来发展新动向

第十二章 2008-2010年中国电动自行车行业投资前景与建议

第一节 2008-2010年中国电动自行车投资机会

- 一、电动自行车在城市里发展面临的机会
- 二、电动自行车发展存在的有利因素
- 三、电动自行车成为企业投资热点

第二节 2008-2010年中国电动自行车投资风险

- 一、中国电动自行车面临三包规定的风险
- 二、电动自行车投资的政策风险
- 三、电动自行车的投资风险

第三节 2008-2010年中国电动自行车投资前景

- 一、农村市场成为电动自行车行业投资新亮点
- 二、轻型电动自行车将是不可忽视的新兴产业
- 三、轻型电动自行车的投资潜力大

第四节 华经咨询专家建议

- 一、提高产品质量
- 二、加快科技创新
- 三、完善售后服务
- 四、合理市场细分
- 六、提高营销能力
- 七、全面整合策略

图表目录部分

图表 1 2003-2007年电动自相车产量的变化与增长率

图表 2 2008年世界人均GDP排名最后12名的国家的人均GDP（单位：美元）

图表 3 2008年世界人均GDP排名前12名的国家的人均GDP（单位：美元）

图表 4 2003-2007年中国研究与试验发展（R&D）经费支出增长趋势图25

图表 5 2007年人口数及其构成

图表 6 2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长率（单位：元、%）

图表 7 2003-2007年城镇居民人均可支配收入及其增长率（单位：元、%）

图表 8 2003-2007年能源消费总量及其增长率（单位：万吨煤标准）

图表 9 2003-2008年6月中国GDP的发展态势分析（单位：亿元）

图表 10 2004-2012年中国电动自行车产量及预测

图表 11 2007-2008年5月中国电动自行车进出口差额变化

图表 12 2007-2008年电动自行车出口主要国家或地区统计表

图表 13 2007年中国电动自行车出口价格统计 单位：美元

图表 14 2008年全球电动自行车市场规模

图表 15 电动自行车直营渠道、批发渠道与超市渠道的异同

图表 16 加盟投资不同店型的经营费用

图表 17 代理投资不同代理级别的代理费用情况（元）

图表 18 2006-2007年度捷安特（中国）有限公司资产情况（单位：千元）

图表 19 2006-2007年度捷安特（中国）有限公司盈利情况（单位：千元）

图表 20 2006-2007年度捷安特（中国）有限公司盈利指标

图表 21 2006-2007年度捷安特（中国）有限公司成本费用情况

图表 22 2006-2007年度天津富士达电动车有限公司资产情况

图表 23 2006-2007年度天津富士达电动车有限公司盈利情况

图表 24 2006-2007年度天津富士达电动车有限公司盈利指标

图表 25 2006-2007年度天津富士达电动车有限公司成本费用情况

图表 26 2006-2007年度浙江绿源电动车有限公司资产状况

图表 27 2006-2007年度浙江绿源电动车有限公司盈利情况

图表 28 2006-2007年度浙江绿源电动车有限公司盈利指标

图表 29 2006-2007年度浙江绿源电动车有限公司成本费用情况

图表 30 2006-2007年度山东英克莱集团有限公司资产状况

图表 31 2006-2007年度山东英克莱集团有限公司盈利状况

图表 32 2006-2007年度山东英克莱集团有限公司盈利指标

图表 33 2006-2007年度山东英克莱集团有限公司成本费用状况

图表 34 2006-2007年度天津市飞鸽电动自行车制造有限公司资产状况

图表 35 2006-2007年度天津市飞鸽电动自行车制造有限公司盈利状况

图表 36 2006-2007年度天津市飞鸽电动自行车制造有限公司盈利指标

图表 37 2006-2007年度天津市飞鸽电动自行车制造有限公司成本费用情况

图表 38 2006-2007年度上海永久股份有限公司资产状况

图表 39 2006-2007年度上海永久股份有限公司盈利情况

图表 40 2006-2007年度上海永久股份有限公司盈利指标

图表 41 2006-2007年度上海永久股份有限公司成本费用状况

图表 42 2006-2007年度北京新日电动车制造有限公司资产情况

图表 43 2006-2007年度北京新日电动车制造有限公司盈利情况

图表 44 2006-2007年度北京新日电动车制造有限公司盈利指标

图表 45 2006-2007年度北京新日电动车制造有限公司成本费用情况

图表 46 略。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37212.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提供投资咨询报告、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。