



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国电动自行车市 场调查及投资咨询报告

一、调研说明

《2008-2009年中国电动自行车市场调查及投资咨询报告》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/37747.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

近年来，我国轻型电动车产业保持80%以上的增长速度，全国轻型电动车的保有量已超过2000万辆。由于受到消费习惯和国家政策的影响，电动自行车发展于1998年，当时全国年产量约为5.8万辆，生产企业16家。1998年之前，我国电动自行车社会保有量不到10万辆，但自此以后，电动自行车行业发展迅猛，以年均87%的速度大跨步前进。2005年电动自行车的产量达到700万辆，比1998年提高了130倍。2007年全国自行车总产量已达8500万辆，出口5600万辆，占世界贸易量的70%；电动自行车业近5年来高速增长，2007年产销量达到1950万辆，比2005年增加60%以上。从10年前的加重车、轻便型自行车到如今的运动款、折迭型自行车，自行车的质量档次越来越高；电动自行车也从初期的壹两款老式简易型发展到现在的近百种豪华型、轻摩型和高档锂电池电动车。变化大、更新快成为自行车市场的最大特点。

据中国自行车协会的统计，全国现在有名有姓的电动车生产企业多达1400多家，现年生产电动车550万辆。由于电动车制造业的门槛低，其中大部分生产厂家的年产量不足10000辆，有30%左右电动车企业是拼装的电动车，有40%左右的电动车企业是贴牌生产的。随着生产数据持续上涨，企业生产成本逐步加大，利润空间逐渐压缩，尤其是生产逐步向优势企业集中，这壹局面将令中小企业的竞争压力加大。据中国自行车信息中心预测，目前年产销量4万辆的企业已处在盈亏平衡点上，年产销量在2-3万辆的中小企业经营困难。行业重组升级。

【 目录 】

第一章电动自行车行业概述

第一节电动自行车的定义

一、电动自行车工作原理

二、电动自行车的分类

第二节电动自行车基本性能概况

第二节电动自行车的特征

第三节电动自行车的优势

一、价格优势

二、便利优势

三、环保优势

四、成本优势

四、发展电动自行车的好处

第四节国内外电动自行车政策发展环境分析

一、国外关于轻型电动车的立法和标准制定

二、我国电动自行车相关法律和标准

三、国家颁布实施《自行车安全要求》新标准

第五节技术发展情况分析

一、全球电动自行车用燃料电池技术开发动向

二、我国电动自行车技术现状及发展方向探讨

三、2007年台湾成功开发出高分子锂电池电动自行车

四、2007年电动车实现“节能自发电边骑边充电”

五、2007年哈工大研制成功超级电动车

六、2007年新型电动车电池在厦门研制生产

七、2007年电动车换上绿色“芯”势不可挡

八、2007年电动车行业首次承担国家级重大科研课题

第三章全球电动自行车行业总体发展情况

第一节世界电动自行车发展现状

一、2003-2007年世界电动车产能分析

二、2003-2007年世界电动车市场需求分析

2003-2007年世界电动车主要产品分析

第三节主要国家的电动行车发展概况

一、2006-2007年美国电动自行车发发展概况

二、2006-2007年欧洲电动自行车发发展概况

三、2006-2007年德国电动自行车发发展概况

四、2006-2007年法国电动自行车发发展概况

五、2006-2007年日本电动自行车发发展概况

第三节国际电动车市场发展展望

一、国外电动自行车市场发展状况

二、国外轻型电动车产业发展的经验和教训

三、国外关于轻型电动车的立法和标准制定

四、国际电动自行车发展动向

第四章2007年中国电动自行车行业经济运行情况

第一节2007年中国电动自行车行业发展基本情况

一、中国电动自行车行业发展现状分析

二、中国电动自行车行业市场特点分析

三、中国电动自行车行业技术发展状况

第二节中国电动自行车行业存在问题及发展对策

第三节2007年电动自行车行业企业数量分析

一、2007年电动自行车行业企业数量分析

二、不同规模企业数量

三、不同所有制分企业数量分析

第四节2007年电动自行车行业从业人数分析

一、2007年电动自行车行业从业人数分析

二、不同规模企业从业人员分析

三、不同所有制企业比较

第五节电动自行车行业出口交货值

第五章中国电动自行车行业发展分析

第一节电动自行车行业发展现状分析

一、电动自行车行业发展现状

二、2003-007年主要企业产销统计

三、我国电动自行车社会保有量及电池需求量

第二节电动自行车市场现状与特点

一、电动自行车消费环境分析

三、全国电动车市场调查分析

（一）电动车市场的需求与发展现状

（二）电动车生产厂家调查

（三）经销商调查

（四）价格调查

（五）品牌调查

（六）质量及服务水平调查

三、2006-2007年电动车行业回顾

第三节电动自行车电池市场现状与特点

一、电动自行车电池质量问题分析

二、锂电池将取代铅酸电池

三、国内蓄电池行业切肤之痛

四、蓄电池产业发展趋势

五、铅酸蓄电池应用概述与未来发展方向

第四节2003-2007年全国电动车区域市场调查

一、东北地区

二、西北地区

三、华北地区

四、华中地区

五、华南地区

六、华东地区

七、西南地区

第五节全国及各地政府对电动车的政策及电动车上路情况分析

第六章2007年中国电动自行车行业生产状况分析

第一节2007年电动自行车行业工业总产值分析

一、2007年电动自行车行业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

四、2007年电动自行车行业工业总产值地区分布

五、2007年电动自行车工业总产值前20位企业对比

第二节2007年电动自行车行业产成品分析

一、2007年行业产成品分析

二、不同规模企业产成品分析

三、不同所有制企业产成品比较

四、2007年行业产成品地区分布

第三节2007年主要产品产量统计

第七章电动自行车行业供给能力分析

第一节制约电动自行车行业供给能力的外部因素分析

一、发展现状及趋势分析

二、技术发展现状及趋势分析

三、铅、镍、钢发展现状及趋势分析

四、电动车相关产业政策分析

第二节铅、钢等金属供给能力分析

第三节电机供给能力分析

第四节电池供给能力分析

第八章2007年中国电动自行车行业销售状况分析

第一节2007年电动自行车行业销售收入分析

一、2007年行业总销售规模分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第二节2007年电动自行车行业产品销售集中度分析

一、按企业分析

二、按地区分析

第三节2007年电动自行车行业销售税金分析

一、2007年行业销售税金分析

二、不同规模企业销售税金分析

三、不同所有制企业销售税金比较

第九章中国电动自行车行业竞争格局

第一节中国电动自行车行业竞争格局

一、初步形成四大板块

二、竞争转向品牌和创新

第二节电动自行车聚集区域分析

一、无锡电动车业发展分析

二、天津电动车业发展分析

三、浙江电动自行车业发展分析

四、台州电动车业发展分析

第三节电动自行车行业扩张分析

第十章电动自行车企业发展策略

第一节电动自行车企业发展策略分析

- 一、电动自行车企业发展策略管理篇
- 二、电动自行车企业发展策略产品篇
- 三、电动自行车企业发展策略营销篇
- 四、电动自行车企业发展策略品牌篇
- 五、电动自行车突出重围的五大战略法则

第二节电动自行车销售渠道分析

- 一、电动自行车销售模式
- 二、电动自行车超市销售模式
- 三、电动自行车终端四大病症诊断根治
- 四、电动自行车必由之路电动车专卖店研究
- 五、电动自行车企业渠道整合策略分析

第三节电动自行车营销策略分析

- 一、电动自行车的营销误区
- 二、电动自行车现代营销体系的建立
- 三、电动自行车促销策略分析
- 四、电动自行车营销策略分析
- 五、电动自行车整合营销策略分析
- 六、电动自行车企业文化与品牌营销策略
- 七、电动自行车新年期间“分段分群”营销策略

第四节电动自行车品牌发展策略

- 一、电动自行车品牌战略重点
- 二、电动自行车品牌的核心价值
- 三、电动自行车的品牌识别
- 四、电动自行车品牌战略主要工作
- 五、电动自行车品牌战略的误区
- 六、电动自行车企业打造强势品牌策略
- 七、中小电动自行车企业做品牌的关键
- 八、定位基础上的电动自行车品牌构建

第五节 奥斯电动自行车与蓝海战略

- 一、从消费者需求谈起
- 二、电动车行业发展方向的错位
- 三、“红海”竞争和柠檬市场
- 四、奥斯电动自行车与蓝海战略
- 五、奥斯的蓝海战略与精品战略
- 六、奥斯蓝海战略与经销商

第十一章 电动自行车行业产品需求趋势分析

第一节 行业主要产品需求分析

- 一、产品需求分析
- 二、价格需求分析
- 三、渠道需求分析
- 四、购买需求分析

第二节 产品需求结构预测

第三节 未来产品竞争结构预测

第十二章 区域市场供给分析

第一节 2003—2007年苏州市电动自行车市场分析

- 一、苏州市区电动车市场及销量分析
- 二、吴江市电动车市场概况
- 三、昆山市电动车市场概况
- 四、常熟市电动车市场概况
- 五、张家港市电动车市场概况

第二节 2003—2007年杭州市电动车市场分析

- 一、杭州市区电动车市场概况
- 二、临安市电动车市场概况
- 三、富阳市电动车市场概况
- 四、桐庐市电动车市场概况
- 五、建德市电动车市场概况
- 六、淳安市电动车市场概况

第三节 2003—2007年江苏地区电动车市场概况

一、无锡市区电动车市场概况

二、江阴市电动车市场概况

三、宜兴市电动车市场概况

四、常州市区电动车市场概况

五、金坛市电动车市场概况

六、溧阳市电动车市场概况

第四节2003—2007年浙江地区电动车市场分析

一、宁波市区电动车市场概况

二、慈溪市电动车市场概况

三、余姚市电动车市场概况

四、宁海市电动车市场概况

五、象山市电动车市场概况

第五节2003—2007年山西地区电动车市场综述

一、太原市区电动车市场概况

二、万柏林区电动车市场概况

三、古交市电动车市场概况

四、清徐县电动车市场概况

五、小店区电动车市场概况

第六节2003—2007年陕西地区电动车市场综述

一、洛阳市区电动车市场概况

二、孟津县电动车市场概况

三、宜阳县电动车市场概况

四、汝阳市电动车市场概况

五、偃师市电动车市场概况

第七节2003—2007年大同市电动车市场综述

一、大同县电动车市场概况

二、阳高县电动车市场概况

三、天镇电动车市场概况

四、浑源县电动车市场概况

五、广灵县电动车市场概况

六、灵丘县电动车市场概况

第八节2003—2007年其他地区电动车市场综述

第十三章中国电动自行车行业重点企业

第一节捷安特（中国）有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、发展战略

第二节金华市绿源电动车有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、发展战略

第三节上海永久股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、发展战略

第四节金山开发建设股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、发展战略

第五节天津富士达自行车有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、发展战略

第六节山东英克莱集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、发展战略

第七节天津飞鸽自行车有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、发展战略

第八节青岛澳柯玛股份有限公司

- 一、公司简介

二、公司经营情况

三、发展战略

第九节北京新日电动车制造有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况

三、发展战略

第十节南京大陆鸽高科技股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况

四、发展战略

第十四章2008年中国电动自行车行业投资及营销分析

第一节电动自行车行业投资环境分析及建议

一行业投资环境分析

二投资风险分析

三投资策略分析

第二节电动自行车行业营销策略分析及建议

一行业营销策略分析

二行业销售模式分析

三企业营销策略发展及建议

第三节电动自行车行业企业经营发展分析及建议

一行业企业发展现状及存在问题

二行业企业应对策略

第十五章2008年中国电动自行车行业投资机会分析

第一节投资机会评价的方法

第二节投资机会整体性评价

第三节投资机会分析

第四节新型电池是未来产业市场的主要投资方向之一

第五节女性使用的电动自行车型前景尤其看好

第六节在农村市场的产业投资价值值得注意

第七节海外市场的投资机会分析

第十六章2008年中国电动自行车行业发展预测

第一节未来电动自行车行业发展趋势分析

- 一、未来行业发展分析
- 二、未来行业技术开发方向
- 三、总体行业“十一五”整体规划及预测

第二节2008年电动自行车行业运行状况预测

- 一、2008年行业工业总产值预测
- 二、2008年行业销售收入预测
- 三、2008年行业总资产预测

图表省略，如需详细目录，请来电索取！

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37747.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。