



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2011年中国电动车市场调查与发展前景分析报告

一、调研说明

《2008-2011年中国电动车市场调查与发展前景分析报告》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/37774.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

2004年，中国电动车行业已有1000多家生产厂，年产量达675万辆。2005年，中国的电动车年产量达960万辆，市场保有量在1500万辆以上。2006年国内电动车产量达到近2000万辆，比上年增幅60%以上。2010年，中国轻型电动车的产销量将可能达到3000万辆，出口量将可能达500万-600万辆，实现工业产值700亿元，包括上下游带动产值的产业总体规模，将达1300亿元。

电动车行业在中国崛起仅仅几年时间，在这短短的几年内，电动车行业由无到有，由零星分布到大范围普及，取得了高速的发展和长足的进步。由于不需要核心技术，进入门槛低，赢利空间大，短时间内大量企业将目光锁住电动车这个新兴行业。电动车产业的发展具有较强的地域性，一方面表现在生产，一方面表现在消费领域，而且这这也是一个渐进的过程。

在国内电动车市场快速发展的同时，电动车受到了路权之争、标准之争的制约，国家政策跟不上电动车的步伐，中国电动车要获得长足的发展，必须获得相应的政策支持。电动车产业是一个符合资源消耗低，环境污染小，能够满足大众需求，拉动内需的新型产业。应该充分体现国情，大力扶持，促进其健康发展。

二十一世纪可谓是“时代呼唤绿色环保”的时代，不但要求人们注重节约能源，更重要的是要求人们更加注重居住环境和绿色环保，以实现社会的可持续发展。中国石油资源比较贫乏，燃油与尾气的排放污染又是未来大中城市大气污染的主要污染源。为此中国发展电动车辆无疑是未来发展的必然趋势，也是符合绿色环保革命的需求，更是一种社会可持续发展的工具。

【 目 录 】

第一章电动车的相关概述.....	1
第一节电动车的定义及分类.....	1
一、电动车的定义.....	1
二、电动车的分类.....	1

第二节不同类型电动车的介绍.....	1
一、轻型电动车.....	1
二、电动汽车.....	2
三、燃料电池汽车.....	2
第二章电动车发展的外部环境分析.....	3
第一节社会环境.....	3
一、中国人口结构有利扩大消费.....	3
二、中国人口因素有利电动车的发展.....	5
三、社会能源的发展影响电动车行业.....	5
四、中国交通环境与电动车的发展.....	5
第二节经济环境.....	6
一、中国经济进入新平稳快速增长期.....	6
二、电动车行业的消费环境.....	7
三、氢经济论降温与中国电动车的发展.....	7
四、稀土价格上涨影响电动车价格.....	10
第三节政策环境.....	11
一、中国电动车行业面临新标准考验.....	11
二、电动车新政策即将出台使企业呼声一片.....	11
三、国内首批燃料电池汽车国家标准编制启动.....	12
第四节技术环境.....	13
一、电动车技术发展回顾.....	13
二、国内电动自行车的技术发展概况.....	14
三、轻型电动车技术进步解析.....	18
第三章国际电动车的发展.....	22
第一节世界电动车发展总体概况.....	22
一、全球电动车市场出现繁荣景象.....	22
二、国外轻型电动车的相关政策.....	23
三、部份发达国家电动车产业发展情况.....	24
第二节日本.....	27
一、日本电动车发展回顾.....	27

二、日本电动车发展世界领先的原因.....	27
三、日本计划开发低成本电动车.....	30
第三节德国.....	31
一、德国电动车市场需求分析.....	31
二、德国电动车销售市场存在的问题及对策.....	31
三、德国电动车销售前景分析.....	31
第四节其它国家.....	32
一、美国对电动汽车实行扶持政策.....	32
二、法国电动车的发展状况.....	36
三、荷兰电动车市场浅析.....	36
四、以色列、约旦、欧盟可能会合作开发生产电动车.....	36
 第四章中国电动车的发展.....	38
第一节中国电动车产业的概况.....	38
一、国内电动车产业的发展.....	38
二、电动车产业化已开始起步.....	38
三、2008年电动车行业步入“整合期”.....	40
第二节电动车市场的竞争.....	44
一、中国电动车市场竞争激烈.....	44
二、电动车市场发展的竞争策略.....	44
三、电动车企业建立核心竞争力的对策.....	48
第三节电动车产业发展中存在的问题.....	52
一、中国电动车行业发展存在的问题.....	52
二、电动车产业发展中的不利因素.....	55
三、电动车产业发展的四个障碍.....	55
四、电动车行业寻求突破.....	59
第四节中国电动车产业的发展对策.....	60
一、中国电动车产业的发展战略.....	60
二、中国电动车产业和谐发展的建议.....	63
三、电动车企业发展的三种战略.....	64
第五节“十一五”期间中国电动车的发展形势.....	70
一、“十一五”期间中国将重点发展节能环保型汽车.....	70

二、“十一五”期间中国电动车的项目关注分析.....	70
三、“十一五”期间中国引导重点城市发展电动车.....	71

第五章轻型电动车.....72

第一节轻型电动车产业概况.....	72
一、轻型电动车是一个正在做大的产业.....	72
二、国内轻型电动车产业发展状况.....	73
三、中国轻型电动车技术的概况.....	74
第二节轻型电动车产业标准化分析.....	75
一、标准化在轻型电动车产业发展中扮演着重要角色.....	75
二、轻型电动车标准化发展现状分析.....	76
三、中国轻型电动车产业标准化未来发展建议.....	79
第三节轻型电动车市场的发展.....	81
一、中国轻型电动车市场的发展历程.....	81
二、国内轻型电动车市场的现状.....	82
第四节影响轻型电动车发展的因素.....	83
一、轻型电动车发展的影响因素.....	83
二、轻型电动车消费者购买行为的影响因素.....	85
三、推动国内轻型电动车发展的关键因素.....	85
第五节轻型电动车发展存在的问题及对策.....	86
一、中国轻型电动车进一步发展面临的问题.....	86
二、轻摩化电动车遭遇发展瓶颈.....	89
三、轻型电动车健康发展意义.....	89
四、加速轻型电动车行业发展的建议.....	91

第六章电动自行车.....93

第一节国际电动自行车的发展.....	93
一、国外电动自行车发展状况.....	93
二、欧洲电动自行车市场正处在复苏阶段.....	94
三、法国电动自行车市场回顾.....	94
四、日本电动自行车的生产发展状况.....	96
五、荷兰电动自行车销售增长快.....	97

第二节中国电动自行车的发展概况.....	97
一、2007年中国电动自行车的产业现状.....	97
二、2007年中国电动自行车产业发展特征.....	99
三、电动自行车企业发展简述.....	100
四、2005年电动自行车行业十种现象评析.....	101
五、2006年电动自行车技术的重点关注.....	111
第三节中国部份地区电动自行车的发展.....	113
一、浙江电动自行车的产业升级概述.....	113
二、天津电动自行车产业发展的优势以及障碍.....	113
三、云南电动自行车的发展.....	116
四、河南沁阳电动自行车发展简述.....	117
第四节中国电动自行车发展存在的问题.....	117
一、中国电动自行车企业存在的问题.....	117
二、制约中国电动自行车发展的主要问题.....	119
三、电动自行车产业发展面临的困境.....	121
第五节电动自行车产业的发展战略.....	122
一、电动自行车的发展对策.....	122
二、电动自行车企业的发展策略.....	122
三、提高电动自行车产品质量的对策.....	128
 第七章电动汽车.....	130
第一节国际电动汽车发展概况.....	130
一、美国电动汽车的发展.....	130
二、日本电动汽车的发展.....	131
三、欧洲电动汽车的发展.....	132
第二节中国电动汽车的发展.....	134
一、国内电动汽车整体发展的综述.....	134
二、电动汽车商业化运行分析.....	135
三、国内电动汽车标准体系的现状与发展.....	136
四、多能源电动汽车（MEV）发展前景.....	137
第三节电动汽车产业化研究.....	138
一、中国电动汽车产业化的经济角度分析.....	138

二、电动汽车产业化的途径分析.....	141
三、中国电动汽车产业化需要政策扶持.....	143
四、电动汽车产业化为时不远.....	144
第四节电动汽车发展中存在的问题.....	146
一、中国电动汽车发展与国外相比存在的不足.....	146
二、电动汽车发展存在的问题.....	147
三、国内纯电动汽车产业发展.....	148
第五节电动汽车发展的对策及趋势.....	149
一、中国电动汽车的发展对策.....	149
二、中国电动汽车产业发展的政策建议.....	151
三、电动汽车示范运营的发展趋势.....	155
 第八章 混合动力车.....	158
第一节世界混合动力车的发展概况.....	158
一、美国混合动力车销量增长放缓.....	158
二、2006年日本混合动力车全球销量增长迅速.....	158
三、法国大力发展以柴油为主的混合动力车.....	159
第二节中国混合动力车的发展.....	159
一、混合动力车发展简述.....	159
二、中国混合动力车的机遇和挑战.....	161
三、中国将大力发展混合动力车.....	162
四、中国混合动力客车处在产业化边缘.....	163
第三节混合动力车市场竞争分析.....	165
一、跨国公司在混合动力车市场的竞争状况.....	165
二、中国车商竞争混合动力车市场的概况.....	166
三、竞争促进混合动力汽车不断发展.....	167
第四节混合动力车发展存在的问题及对策.....	168
一、中国混合动力车发展处在大问题.....	168
二、中国混合动力车发展面临的挑战.....	169
三、混合动力车的发展对策.....	170
第五节混合动力车的市场前景预测.....	171
一、柴油混合动力车市场前景看好.....	171

二、混合动力车市场规模将不断扩大.....	171
第九章燃料电池车.....	173
第一节国际燃料电池车的发展概况.....	173
一、国外主要汽车商燃料电池车的研发回顾.....	173
二、国际燃料电池车发展现状.....	175
三、国际燃料电池车的研发动态.....	177
四、世界电动车用燃料电池技术的研发方向.....	179
第二节中国燃料电池车的发展.....	179
一、中国燃料电池车获得重大进步.....	179
二、中国燃料电池车取得的成果简述.....	180
三、上海燃料电池车迈出产业化步伐.....	181
四、中国燃料电池车发展现状.....	181
第三节氢燃料电池车的发展概况.....	183
一、氢燃料电池车的简述.....	183
二、氢燃料电池车的发展概况.....	184
三、世界氢燃料电池车发展动向.....	185
四、氢燃料电池车发展前景看好.....	187
第四节燃料电池车发展的问题及对策.....	188
一、燃料电池车发展的问题及难点.....	188
二、燃料电池车主要困难.....	189
三、燃料电池车的发展目标.....	189
第五节燃料电池车的发展前景.....	190
一、国际燃料电池车产业化前景.....	190
二、北美地区燃料电池电动车市场预测.....	191
三、日本将大力发展燃料电池汽车.....	191
四、韩国燃料电池车发展计划.....	192
第十章浙江省电动车市场分析.....	193
第一节浙江省电动车市场发展总体概况.....	193
一、浙江电动车的发展现状.....	193
二、浙江企业开发出新型电动自行车.....	193

三、“十一五”期间浙江省电动车产业的方向.....	194
四、浙江省电动自行车产业发展目标.....	194
第二节杭州市和宁波市电动车市场.....	194
一、杭州市电动车市场分析.....	194
二、杭州电动车市场的发展特点.....	195
三、宁波地区电动车市场整体概况.....	196
四、宁波市场电动车市场消费者分析.....	198
第三节浙江其它地区电动车市场.....	199
一、绍兴地区.....	199
二、嘉兴地区.....	201
三、台州地区.....	202
四、温州地区.....	202
五、湖州地区.....	206
第十一章江苏省电动车的发展.....	208
第一节江苏省电动车发展的总体概况.....	208
一、江苏电动车发展评述.....	208
二、江苏电动车出口形势严峻.....	208
三、江苏电动车存在的安全隐患.....	209
第二节南京市电动车市场分析.....	209
一、南京地区电动车市场分析.....	209
二、南京电动车市场动态.....	210
三、南京市电动车价格战.....	211
四、电动车经销商眼中的南京市场.....	211
第三节无锡市电动车的发展.....	212
一、无锡电动车产业的发展状况.....	212
二、无锡电动车市场行情分析.....	213
三、锡山电动车产业发展现状.....	214
四、锡山电动车的发展优势分析.....	216
五、锡山电动车产业集群分析.....	217
第四节江苏省其它地区电动车市场综述.....	218
一、苏州地区.....	218

二、扬州地区.....	220
三、常州市区.....	220
四、镇江地区.....	221
第十二章河南省电动车市场概述.....	224
第一节河南省电动车概况.....	224
一、河南电动车的市场概况.....	224
二、河南电动车市场发展的特点.....	224
三、河南成电动车企业转移的重点区域.....	225
第二节郑州电动车市场.....	227
一、郑州地区电动车市场综述.....	227
二、郑州电动车市场发展“精品城”以创新推发展.....	233
三、郑州电动车市场品牌竞争浅析.....	235
四、郑州电动车市场存在的的问题及对策.....	237
第三节河南省其它地区电动车市场概况.....	239
一、洛阳地区.....	239
二、开封地区.....	243
三、平顶山地区.....	244
四、商丘地区.....	249
五、三门峡地区.....	250
六、信阳地区.....	254
七、许昌地区.....	260
八、周口地区.....	262
九、漯河地区.....	265
十、驻马店地区.....	269
十一、焦作地区.....	275
第十三章中国其它地区电动车市场分析.....	279
第一节天津.....	279
一、天津电动车的发展现状.....	279
二、天津电动车产业发展的优势.....	279
三、天津电动车产业发展存在的问题.....	280

第二节山东.....	281
一、山东省电动车市场解析.....	281
二、潍坊市电动车市场解析.....	285
三、临沂电动车市场浅析.....	285
第三节山西.....	286
一、山西电动车市场整体分析.....	286
二、太原地区电动车市场分析.....	289
三、大同市电动车市场分析.....	292
第四节其它.....	295
一、上海电动车市场浅析.....	295
二、陕西电动车市场概述.....	295
三、江西鹰潭市电动车市场综述.....	300
四、内蒙古呼和浩特电动车市场透析.....	303
五、安徽六安市电动车市场分析.....	307
 第十四章重点企业.....	 314
第一节澳柯玛.....	314
一、公司介绍.....	314
二、2005-2007年一季度澳柯玛经营状况.....	315
三、澳柯玛电动车业绩骄人.....	320
第二节绿源.....	320
一、公司简介.....	320
二、绿源公司的发展历程.....	320
三、2006年绿源电动车成绩喜人.....	321
四、绿源推行4cs服务带动行业良性发展.....	321
第三节红豆.....	322
一、集团简介.....	322
二、红豆电动车产业发展概况.....	323
三、红豆集团鸥豹电动车品牌迎战市场.....	323
四、红豆集团提高电动车质量的对策.....	323
第四节新日.....	324
一、公司简介.....	324

二、北京新日电动车公司发展简述.....	324
三、新日电动车树立行业至尊品牌.....	325
第五节洪都.....	327
一、公司简介.....	327
二、洪都电动车的发展状况.....	327
三、洪都电动车产销状况.....	327
四、洪都电动车实行南北产业布局战略.....	328
 第十五章电动车的市场营销.....	329
第一节电动车市场营销模式分析.....	329
一、电动车销售模式概述.....	329
二、电动车要走专卖店营销模式.....	330
三、电动车渠道超市模式可行性分析.....	331
第二节电动车市场重点营销概述.....	335
一、品牌营销.....	335
二、终端营销.....	335
三、绿色奥运营销.....	339
第三节电动车市场营销存在的问题.....	343
一、中国电动车市场营销存在的七种误区.....	343
二、电动自行车品牌营销的误区.....	347
第四节电动车市场营销策略.....	348
一、电动车市场的三种营销战略.....	348
三、电动车企业建立核心竞争力的对策.....	352
二、电动车的品牌营销策略.....	356
三、中国电动车行业的营销建议.....	360
四、电动车营销渠道整合策略.....	361
 第十六章电动车的相关行业.....	364
第一节电动车用电池.....	364
一、锂动力电池与电动车的发展.....	364
二、影响电动汽车发展的蓄电池性能综述.....	365
三、电动车用电池发展方向.....	366

四、电动车用电池市场前景看好.....	367
第二节电动车维修.....	368
一、电动车维修市场概况.....	368
二、电动车维修市场投资分析.....	368
三、电动车维修市场发展看好.....	368
第三节电动车充电站.....	369
一、电动车充电站市场探析.....	369
二、电动车充电站市场投资分析.....	369
三、成都电动车充电站被看好.....	369
第四节电动车电池出租.....	370
一、电动车电池出租简述.....	370
二、南昌电动车电池租赁生意好.....	370
三、电动车旧电池回收出租市场乐观.....	371
第十七章电动车投资分析.....	372
第一节投资机会.....	372
一、电动车在城市里发展面临的机会.....	372
二、电动车发展存在的有利因素.....	372
三、电动自行车成为企业投资热点.....	373
第二节投资风险.....	374
一、中国电动车面临三包规定的风险.....	374
二、电动车投资的政策风险.....	375
三、电动汽车的投资风险.....	375
第三节投资前景.....	376
一、农村市场成为电动车行业投资新亮点.....	376
二、轻型电动车将是不可忽视的新兴产业.....	377
三、轻型电动车的投资潜力大.....	377
第十八章电动车发展前景预测.....	378
第一节电动车的发展趋势.....	378
一、电动车的发展趋向.....	378
二、电动车技术发展趋势.....	378

三、电动自行车市场发展前景广阔.....	381
第二节2008年电动车的年度规划.....	382
一、2008年电动车行业发展预期及公司年度定位规划.....	382
二、2008年电动车产品规划.....	383
三、2008年电动车制造与供应链体系计划.....	384
四、2008年电动车营销策略规划.....	385
五、2008年电动车企业人力资源规划和年度预算.....	386
附录：.....	388
附录一：中华人民共和国道路交通安全法.....	388
附录二：中华人民共和国道路交通安全法实施条例.....	408

图表目录

图表12005年人口主要构成情况.....	3
图表22005年不同年龄段人口数量结构图.....	4
图表32003-2006年我国经济增长率情况.....	6
图表4美国施行的行政推进式的组织管理模式.....	33
图表51998-2010年我国电动车车产量及预测.....	38
图表6中国LEV企业数量变化呈以下态势.....	82
图表71997-2005年日本的电动自行车产量统计数表.....	96
图表81997-2005年日本的电动自行车产量变化图.....	96
图表92002-2007年中国电动车行业产销量变化.....	98
图表102003-2015年混合动力车（HEV）的市场容量及预测.....	172
图表112005财年美国能源部对应用于交通系统的燃料电池的研发活动.....	177
图表12各大燃料电池公司的研发费用（单位：千美元）.....	178
图表13燃料电池轿车主要性能.....	180
图表14燃料电池客车主要性能.....	180
图表15燃料电池工作原理图.....	184
图表162005-2012北美市场轻型燃料电池车销售预估.....	191
图表17温州地区部分经销商.....	204
图表182006年第二季度山西省主要经济指标完成情况.....	287
图表19鹰潭地区部分经销商表.....	303

图表20六安市区电动车比重.....	308
图表21市场流行款式比例图.....	308
图表22购买电动车男女消费者的比例.....	309
图表23购买电动车考虑的主要因素.....	309
图表24目前市场已销售电动车的价位所占比例一览表.....	310
图表25电动车在六安地区主要传播途径.....	310
图表26 六安地区市场的品牌占有比例.....	311
图表27 2003-2007（1-9）年公司总资产变化趋势图.....	316
图表28 2003-2007（1-9）年公司主营业务收入变化趋势图.....	316
图表29 2003-2007（1-9）年公司利润总额变化趋势图.....	317
图表30 2005-2007（1-9）澳柯玛公司盈利能力一览表.....	317
图表31 2005-2007（1-9）年澳柯玛公司偿债能力一览表.....	317
图表32 2005年主营业务分行业、分产品情况表.....	318
图表33 2005年主营业务分地区情况表.....	318
图表34 2006年主营业务分行业、分产品情况表.....	319
图表35 2006年主营业务分地区情况表.....	319
图表36 2007（1-6）年主营业务分行业、分产品情况表.....	319
图表37 2007（1-6）年主营业务分地区情况表.....	320
图表38 电动车直营渠道、批发渠道与超市渠道比较.....	331
图表39 各种车用电池的性能比较.....	366

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37774.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。