



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007—2008年中国电动自行车行业兼并(并购)重组决策咨询及行业竞争力分析市场分析及发

## 一、调研说明

《2007—2008年中国电动自行车行业兼并(并购)重组决策咨询及行业竞争力分析市场分析 & 发》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/37884.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

第一章：研究概述 - 8 -

第一节、研究背景 - 8 -

第二节、研究内容 - 8 -

第三节、研究方法 - 9 -

第四节、数据来源 - 10 -

第二章：全球电动自行车行业发展现状 - 11 -

第一节、全球电动自行车行业发展特征 - 11 -

一、国外电动自行车市场发展状况 - 11 -

二、国外对电动自行车的行使规定 - 15 -

第二节、全球电动自行车行业供求格局 - 16 -

一、全球电动自行车市场供需总量分析 - 18 -

二、全球电动自行车供求格局分析 - 18 -

三、全球电动自行车市场需求趋势分析 - 18 -

第三节、全球电动自行车竞争格局分析 - 19 -

一、全球电动自行车核心竞争力分析 - 19 -

二、全球电动自行车地区竞争格局分析 - 21 -

第四节、主要地区/国家电动自行车行业发展现状分析 - 23 -

一、欧美 - 23 -

二、日本 - 24 -

第三章：中国电动自行车行业的现状与发展趋势分析 - 26 -

第一节、中国电动自行车行业的现状特点 - 26 -

一、规模扩大，产量增长 - 28 -

二、电动自行车生产企业多为新进入者 - 28 -

三、产品质量参差不齐，质量状况不容乐观 - 29 -

第二节、中国电动自行车市场供求关系分析 - 30 -

一、中国电动自行车市场供给规模分析 - 30 -

二、中国电动自行车市场需求规模情况 - 31 -

三、中国电动自行车市场供求对比分析	- 32 -
四、消费者购买行为和需求偏好分析	- 34 -
第三节、2008年中国电动自行车发展趋势分析	- 36 -
一、电动自行车产销量趋势分析	- 36 -
二、电动自行车消费对象变化趋向	- 37 -
三、电动自行车产品发展趋势	- 38 -
四、电动自行车销售业态变化趋势	- 39 -
五、电动自行车市场竞争变化趋势	- 40 -
第四章：中国电动自行车细分市场分析	- 41 -
第一节、全电动自行车	- 41 -
第二节、智能助动型电动自行车	- 41 -
第五章：中国电动自行车投资政策环境分析	- 43 -
第一节、电动自行车对中国的产业贡献	- 43 -
一、循环能源，有利实施国家安全能源战略	- 43 -
二、减少有害物质排放，有利环境保护	- 43 -
三、增加居民福利，有利提高人民生活水平	- 44 -
四、扩大产业贡献，促进国民经济发展	- 45 -
第二节、地方交通政策对电动自行车发展的影响	- 46 -
第三节、产业政策及未来规划对电动自行车的影响	- 47 -
一、电动自行车的三种命运	- 47 -
二、环保问题是关键	- 48 -
三、质量问题有待改进	- 48 -
四、市场潜力巨大	- 48 -
五、行业标准滞后，影响产业发展	- 49 -
六、发展轻型电动车刻不容缓	- 49 -
七、标准“藩篱”亟待拆除	- 50 -
第六章：影响电动自行车行业发展的因素分析	- 51 -
第一节、中国电动自行车行业SWOT分析	- 51 -
一、电动自行车行业的强势分析	- 51 -

二、电动自行车行业的弱势分析	- 51 -
三、电动自行车行业的机会分析	- 52 -
四、电动自行车行业的威胁分析	- 52 -
第二节、中国电动自行车行业发展存在的问题	- 53 -
一、产业结构亟待调整	- 53 -
二、行业缺少自有品牌	- 53 -
三、行业盈利状况不理想	- 53 -
四、电动自行车生产及相关交通管理亟待规范	- 54 -
第七章：中国电动自行车区域性发展现状与兼并重组趋势分析	- 55 -
第一节、天津电动自行车产业圈	- 55 -
一、地区行业发展特征与产业格局分析	- 55 -
二、地区行业区域竞争力分析	- 55 -
第二节、江浙电动自行车产业圈	- 56 -
一、地区行业发展特征	- 56 -
二、地区行业区域竞争力分析	- 57 -
第三节、其他区域电动自行车产业分析	- 58 -
一、地区行业发展特征与产业格局分析	- 59 -
二、地区行业区域竞争力分析	- 59 -
第八章：中国电动自行车兼并重组现状分析	- 61 -
第一节、中国电动自行车兼并重组背景分析	- 61 -
一、重组和整合是提升行业竞争力的有效途径	- 61 -
二、重组和整合是电动自行车产业的必然趋势	- 61 -
第二节、中国电动自行车兼并重组动因分析	- 62 -
一、实施大集团战略，提升行业竞争力	- 62 -
二、通过重组和整合，提高中国自行车产业资源的利用率	- 63 -
第三节、中国电动自行车兼并重组特点及趋势分析	- 63 -
一、紧密衔接上下游产业链，提升产品整体技术含量	- 63 -
二、增强质量意识和品牌经营意识	- 64 -
第九章：中国电动自行车兼并重组的障碍分析	- 65 -

第一节、政策障碍 - 65 -

第二节、信贷资金障碍 - 66 -

一、发展趋势乐观，市场化进程过于缓慢 - 66 -

二、新技术必将引起产业结构调整 - 66 -

第三节、供求障碍 - 67 -

一、不法商家蒙骗消费者 - 67 -

二、维修价格高 - 68 -

第十章：国外电动自行车企业在中国的兼并重组趋势分析 - 69 -

第一节、捷安特 - 69 -

一、公司在中国的投资情况 - 69 -

二、公司核心竞争力分析 - 71 -

三、公司兼并重组趋势与可能性分析 - 72 -

第二节、Merida - 72 -

一、公司在中国投资情况 - 73 -

二、公司核心竞争力分析 - 73 -

三、公司兼并重组趋势与可能性分析 - 74 -

第十一章：即将进入中国的国外电动自行车企业分析 - 76 -

第一节、Trek - 76 -

一、公司经营情况分析 - 76 -

二、公司核心竞争力分析 - 76 -

三、公司进入中国的背景与动机分析 - 77 -

四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析 - 77 -

第二节、Specialized - 77 -

一、公司经营情况分析 - 77 -

二、公司进入中国的背景与动机分析 - 78 -

三、公司核心竞争力分析 - 78 -

四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析 - 78 -

第三节、Cannondale - 78 -

一、公司经营情况分析 - 78 -

二、公司核心竞争力分析 - 79 -

三、 公司进入中国的背景与动机分析 - 80 -

四、 公司在中国的投资趋势以及可能性分析 - 80 -

第十二章： 中国主要电动自行车兼并重组主体竞争力分析 - 81 -

第一节、 麦科特集团电助动车有限公司 - 81 -

一、 产品结构分析 - 81 -

TDR41-68ZA（ 骄子三代 ） - 83 -

二、 资本运营情况 - 83 -

三、 技术竞争力分析 - 84 -

四、 营销网络分析 - 85 -

五、 公司发展战略分析 - 86 -

六、 公司兼并重组趋势与可能性分析 - 86 -

第二节、 山东英克莱集团 - 87 -

一、 产品结构分析 - 87 -

二、 资本运营情况 - 88 -

三、 技术竞争力分析 - 89 -

四、 营销网络分析 - 89 -

五、 公司发展战略分析 - 91 -

六、 公司兼并重组趋势与可能性分析 - 91 -

第三节、 青岛澳克玛集团 - 91 -

一、 产品结构分析 - 92 -

二、 资本运营情况 - 93 -

三、 技术竞争力分析 - 94 -

四、 营销网络分析 - 95 -

五、 公司发展战略分析 - 95 -

六、 公司兼并重组趋势与可能性分析 - 96 -

第四节、 金华绿源电动车有限公司 - 96 -

一、 产品结构分析 - 97 -

二、 技术竞争力分析 - 98 -

三、 营销网络分析 - 99 -

四、 公司发展战略分析 - 99 -

五、 公司兼并重组趋势与可能性分析 - 100 -

## 第五节、苏州和平实业有限公司 - 100 -

一、产品结构分析 - 100 -

二、资本运营情况 - 101 -

三、技术竞争力分析 - 101 -

四、营销网络分析 - 102 -

五、公司兼并重组趋势与可能性分析 - 102 -

## 第六节、常州洪都电动车有限公司 - 102 -

一、产品结构分析 - 103 -

二、资本运营情况 - 103 -

三、技术竞争力分析 - 103 -

四、营销网络分析 - 103 -

五、公司发展战略分析 - 104 -

六、公司兼并重组趋势与可能性分析 - 105 -

## 第七节、浙江千禧工贸有限公司 - 105 -

一、产品结构分析 - 106 -

二、资本运营情况 - 106 -

三、技术竞争力分析 - 107 -

四、营销网络分析 - 107 -

五、公司发展战略分析 - 107 -

六、公司兼并重组趋势与可能性分析 - 108 -

## 第八节、浙江星月神电动车有限公司 - 108 -

一、产品结构分析 - 108 -

二、资本运营情况 - 109 -

三、技术竞争力分析 - 109 -

四、营销网络分析 - 110 -

五、公司发展战略分析 - 111 -

六、公司兼并重组趋势与可能性分析 - 111 -

## 第九节、南京大陆鸽高科技股份有限公司 - 112 -

一、产品结构分析 - 112 -

二、资本运营情况 - 113 -

三、技术竞争力分析 - 114 -

四、营销网络分析 - 114 -

五、公司发展战略分析 - 115 -

六、公司兼并重组趋势与可能性分析 - 115 -

第十三章：中国电动自行车上下游企业兼并重组现状与趋势分析 - 125 -

第一节、电动自行车企业与上下游企业兼并重组背景分析 - 125 -

第二节、电动自行车企业与上下游企业兼并重组趋势分析 - 126 -

第三节、电动自行车企业与其他行业兼并重组机会分析 - 126 -

第十四章：中国电动自行车规模性兼并重组机会分析 - 128 -

第一节、大型规模电动自行车兼并重组机会分析 - 128 -

第二节、行业新进入者对中小型规模电动自行车企业的影响 - 129 -

第十五章：中国电动自行车兼并重组风险分析及防范建议 - 130 -

第一节、资产重组风险分析 - 130 -

一、企业资产重组的政策风险及防范 - 130 -

二、企业资产重组融资风险及防范 - 131 -

三、企业资产重组运作风险及防范 - 131 -

第二节、人事变动情况分析 - 132 -

第三节、企业文化情况分析 - 132 -

一、文化整合从企业并购前开始 - 133 -

二、并购前的两项工作 - 133 -

三、文化审慎调查流程 - 134 -

第四节、企业战略情况分析 - 134 -

一、对兼并重组动机的审查 - 134 -

二、正确评估被兼并方的资产 - 135 -

第十六章：中国电动自行车兼并重组建议 - 136 -

图表目录索引

图表1：电动自行车兼并重组研究内容 - 9 -

图表2：中国电动自行车行业兼并重组研究方法 - 10 -

图表3：1996-2005年日本电动自行车产量 - 13 -

图表 4：美国电动自行车营销市场各渠道销售比例	- 14 -
图表 5：2002-2006年欧洲市场电动自行车销售量	- 18 -
图表6：2006年全球电动自行车市场占有率	- 23 -
图表 7：2002-2006年国内电动自行车平均价格走势	- 24 -
图表8：1998-2006年电动自行车产量及其占行业总产量比例列表	- 27 -
图表9：2006年中国电动自行车销售排行榜	- 28 -
图表 10：2006年中国主要电动自行车企业产量排名	- 29 -
图表 11：中国电动自行车行业新进入者占比	- 30 -
图表12：2006年国家监督抽查部分质量较好的电动自行车产品及其企业名单	- 30 -
图表13：2006年国家监督抽查部分质量较差电动自行车产品及其企业名单	- 31 -
图表14：2006-2010年中国电动自行车产量趋势及增长率	- 32 -
图表15：国内四大城市自行车拥有量和电动车市场空间	- 34 -
图表16：2006年主要地区电动自行车社会保有量分析	- 35 -
图表17：消费者选购电动自行车的目的	- 36 -
图表18：消费者购买电动自行车的心理因素分析	- 36 -
图表19：消费者认同的电动车日常活动范围均值	- 39 -
图表20：消费者购买电动自行车的主要用途	- 39 -
图表21：2006年各城市消费者对电动自行车产品性能的消费比例	- 40 -
图表22：国内电动自行车实际消费者职业分布	- 41 -
图表23：各城市消费者针对电动自行车产品性能的消费比例	- 42 -
图表24：电动自行车在消费群体中的用户比例	- 46 -
图表 25：各城市消费者针对电动自行车外观特点的消费比例	- 47 -
图表26：2003-2008年天津地区电动自行车产量统计	- 56 -
图表27：2003-2008年江苏地区电动自行车产量统计	- 57 -
图表28：2003-2008年浙江地区电动自行车产量统计	- 58 -
图表29：2003-2008年其他地区电动自行车产量统计	- 60 -
图表30：捷安特在大陆历年产量统计	- 71 -
图表31：美利达自行车(中国)有限公司各分公司及经销部联络方式	- 74 -
图表32：Cannondale高端自行车产品	- 80 -
图表33：麦科特系列标准款车型	- 82 -
图表34：麦科特系列豪华款车型	- 82 -
图表35：麦科特系列其它款车型	- 83 -

图表36：麦科特集团电助动车有限公司产品列表 - 83 -

图表 37：麦科特光电股份十大股东 - 84 -

图表 38：麦科特光电股份股本结构 - 84 -

图表39：山东英克莱集团组织结构 - 88 -

图表40：英克莱集团公司全国销售网络 - 91 -

图表41：英克莱集团公司全球销售网络 - 91 -

图表42：澳柯玛电动自行车各类型号列表 - 93 -

图表43：澳柯玛电动车全国销售网络 - 96 -

图表 44：金华市绿源电动车有限公司产品系列 - 98 -

图表 45：绿源电动自行车全国营销网络 - 100 -

图表 46：苏州和平实业产品系列 - 102 -

图表 47：洪都电动自行车全国营销网络 - 104 -

图表 48：浙江千禧工贸有限公司电动自行车产品结构 - 107 -

图表 49：星月神公司组织结构图 - 110 -

图表 50：浙江星月神电动自行车全国营销网络 - 112 -

图表 51：南京大陆鸽产品系列 - 114 -

图表52：收购前后大陆鸽公司的股权情况 - 114 -

图表53：南京大陆鸽高科技股份有限公司国内营销网络 - 115 -

图表54：南京大陆鸽高科技股份有限公司国际营销网络 - 116 -

图表55：南京大陆鸽高科技股份有限公司经销商名单 - 116 -

图表56：目前国内电动自行车企业规模分布 - 130 -

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37884.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](http://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。