



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国自行车行业研究年度报告

# 一、调研说明

《2007-2008年中国自行车行业研究年度报告》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/38023.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

### 【 目录 】

#### 一、行业简介 1

##### (一) 行业定义及范围界定 1

###### 1、行业界定及分类 1

###### 2、产业链 1

##### (二) 发展历史回顾 2

###### 1、创建阶段（1950年前） 2

###### 2、低速发展阶段（1951年-1986年） 2

###### 3、高速发展时期（1987年-90年代中后期） 2

###### 4、电动自行车飞速发展（90年代中后期-至今） 3

#### 二、宏观环境分析 4

##### (一) 政策法律分析 4

###### 1、国外关于电动自行车的立法和标准制定 4

###### 2、我国电动自行车相关法律和标准 4

###### 3、2006年国家颁布实施《自行车安全要求》新标准 5

###### 4、2007年电动自行车新国标的回归 6

###### 5、自行车购销拟全国推行实名制 7

##### (二) 经济分析 7

###### 1、经济增长 7

###### 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 8

###### 3、城镇人员就业状况 9

###### 4、存贷款利率变化 10

###### 5、财政收支状况 11

###### 6、人民币汇率变化 13

##### (三) 技术分析 13

###### 1、全球电动自行车用燃料电池技术开发动向 13

###### 2、我国电动自行车技术发展方向 14

- 3、2006年台湾成功开发出高分子锂电池电动自行车 14
- 4、2006年电动车实现“节能自发电边骑边充电” 14
- 5、2006年哈工大研制成功超级电动自行车 15
- 6、2006年新型电动车电池在厦门研制生产 15
- 7、2006年电动车换上绿色“芯”势不可挡 15
- 8、2006年电动车行业首次承担国家级重大科研课题 16

#### （四）社会分析 16

- 1、人口规模分析 16
- 2、年龄结构分析 17
- 3、学历结构分析 17

### 三、市场分析 19

- （一）市场规模 19
- （二）产品结构 22
- （三）市场结构 23
- （四）品牌市场结构 24
- （五）市场特征 25

### 四、市场竞争分析 26

- （一）集中度分析 26
  - 1、自行车行业区域集中度 26
  - 2、集中度状态描述及趋势 27
- （二）价值链分析 27
- （三）行业生命周期分析 28

### 五、主要厂商分析 30

- （一）捷安特（中国）有限公司 30
  - 1、公司简介 30
  - 2、运营模式 30
- （二）上海永久股份有限公司 32
  - 1、公司简介 32
  - 2、经营分析 33

3、 财务分析 34

(三) 金山开发建设股份有限公司 37

1、 公司简介 37

2、 经营分析 38

3、 财务分析 40

(四) 深圳信隆实业股份有限公司 42

1、 公司简介 42

2、 经营分析 43

3、 财务分析 44

(五) 青岛澳柯玛股份有限公司 46

1、 公司简介 46

2、 近期动态 46

3、 经营分析 47

六、 行业发展趋势分析 48

(一) 行业发展趋势 48

1、 产品发展趋势 48

2、 技术发展趋势 48

(二) 行业规模预测 49

(三) 行业结构预测 54

七、 行业发展策略建议 56

(一) 产品策略 56

1、 打造区域产品竞争力 56

2、 打造泛市场的竞争力产品 56

(二) 渠道策略 56

1、 渠道维护策略 57

2、 渠道开拓策略 57

3、 特殊渠道的开发与管理对策 57

(三) 品牌策略 57

2、 品牌策略与公司整体战略相一致 58

3、 设计合理的品牌结构 58

- 4、由内而外打造品牌 58
- 5、提出与企业实际相结合的品牌目标 58
- 6、必须坚持品牌的一致性和连续性 59
- (四) 服务策略 59
- 1、一级售后服务系统(售后服务中心) 59
- 2、二级售后维修点(维修部) 60
- 3、三级维修系统(外包售后服务及和其他品牌共用维修点) 61
- (五) 行业投资机会建议 61

## 表目录

- 表 1 2007年1~4月电池行业经济运行主要指标 21
- 表 2 中国十大电动车电池品牌排行榜 22
- 表 3 2006年中国自行车行业销售前10名企业排名 24
- 表 4 产业生命周期主要特征列表 28
- 表 5 部分企业现金净流量与净利润状况 29
- 表 6 权威机构对未来五年内GDP的预测 53
- 表 7 2007年-2011年国内生产总值预测值 53
- 表 8 2007-2011年中国自行车产量预测 53
- 表 9 2007年-2011年脚踏车及残疾人座车和电动自行车比重预测值 54
- 表 10 2007年-2011年脚踏及残疾人座车和电动自行车产量预测值 54

## 图目录

- 图 1 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况 8
- 图 2 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 8
- 图 3 2004-2006年中国城镇就业人员数量 10
- 图 4 1997-2007年中国存款利率变动情况 10
- 图 5 1997-2007年中国贷款利率变动情况 11
- 图 6 2001-2006年中国财政收支状况 12
- 图 7 2001-2006年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重 12
- 图 8 2001-2005年中国财政收支结构 12
- 图 9 1986-2006年中国人口数量与增长率情况 16
- 图 10 2006年末中国人口年龄结构 17

图 11 2005年末中国学历结构	18
图 12 2001年-2006年自行车行业产量及其增长率变化分析	19
图 13 2002年-2006年全国蓄电池产量及变化率分析	20
图 14 2001-2006年自行车产品结构分析	23
图 15 2001-2006自行车行业主要生产区域产量市场结构	23
图 16 2006年自行车产量区域集中度	26
图 17 2006年自行车销售收入区域集中度	26
图 18 自行车产业价值链	27
图 19 2000年-2005年上海永久主营营业收入及其增长率变化情况	33
图 20 上海永久主营业务收入产品结构变化情况	33
图 21 上海永久主营业务收入区域结构变化情况	34
图 22 2007年上半年与2006年上半年上海永久获利能力比较	35
图 23 2007年上半年与2006年上半年上海永久偿债能力比较	35
图 24 2007年上半年与2006年上半年上海永久营运能力比较	36
图 25 2007年上半年与2006年上半年上海永久发展能力比较	37
图 26 2000年-2006年金山开发主营业务收入及其增长率变化情况	38
图 27 金山开发主营业务收入产品结构变化情况	39
图 28 金山开发主营业务收入区域结构变化情况	39
图 29 2007年上半年与2006年上半年金山开发获利能力比较	40
图 30 2007年上半年与2006年上半年金山开发偿债能力比较	40
图 31 2007年上半年与2006年上半年金山开发营运能力比较	41
图 32 2007年上半年与2006年上半年金山开发发展能力比较	42
图 33 信隆实业主营业务收入分产品构成图	43
图 34 信隆实业主营业务收入区域结构变化情况	44
图 35 2007年上半年与2006年上半年信隆实业获利能力比较	44
图 36 2007年上半年与2006年上半年信隆实业偿债能力比较	45
图 37 2007年上半年与2006年上半年信隆实业营运能力比较	46
图 38 2007年上半年与2006年上半年澳柯玛电动车主营业务收入及成本比较	47
图 39 自行车产量与GDP的相关图和散点图	49
图 40 自行车产量与社会人口总数的相关图和散点图	50
图 41 自行车产量与居民消费水平的相关图和散点图	51

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38023.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。