

2018-2024年中国电动车行业 市场分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国电动车行业市场分析与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/P28941205U.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

目前，我国电动车市场主要是由电动轻便摩托车和电动摩托车以及电动自行车组成，前两类占据了60%的市场份额。

我国电动车行业现已初步形成以北京新日、浙江绿源等一大批具有实力和规模的电动车生产家，更形成了江苏锡山、浙江、天津三大产业集聚区。电动车市场步入成熟期，中国电动车市场形势低迷，产能扩张减速。到2016年上半年，中国电动车产能28982万辆，电动车产量2.8亿辆。具体来看，2015年中国自行车产量8026万辆，同比下降3.36%，其中规模以上自行车企业产量为5532.7万辆；电动自行车产量3257万辆，同比下8.28%。2016年上半年，中国电动自行车产量2300万辆。2016年上半年，中国纯电动汽车产量13.4万辆，同比增长160.8%；插电式混合动力汽车产量4.3万辆，同比增长57.1%。2016年6月，纯电动汽车产量为3.5万辆，同比增长126.1%；插电式混合动力汽车产量为1万辆，同比增长61.3%。

受市场饱和以及宏观经济下行的影响，2015年电动两轮车的销量在萎缩，但电三轮车、电四轮车在增长，电三轮车全年的销量在1000万辆左右、电四轮车在70万辆-80万辆；在电动两轮车（产销量在2900万辆左右）中，锂电车销量出现了快速的增长，2015年达到500万辆左右。到2016年上半年，中国电动车消费量达2.1亿辆。

2016年上半年，中国纯电动汽车销量12.6万辆，同比增长161.6%；插电式混合动力汽车销量4.4万辆，同比增长64.2%。6月，纯电动汽车销量3.4万辆，同比增长126.6%；插电式混合动力汽车销量为1万辆，同比增长61.8%。另外，微型电动车销量31891台。2016年上半年，电摩款型或大容量电池、长距离骑行的电动车依然畅销，尤其是酷车型电动车经过大整车企业的全面介入之后，不仅价格重心下移，而且市场销量快速上升，市场份额得到了快速的提升。电动车酷车由原来的市场份额不到2%，上升到当下的大约20%。

全国电动车保有量超过6亿辆，其中电动自行车保有量超过2亿辆，电动汽车保有量超过百万辆。我国电动车社会保有量规模一直处于一个稳定的增长环境，近年来，中国电动车需求增速放缓，预计到2020年中国电动车保有量8.7亿辆，预计到2020年全国电动车产量总计9.4亿辆，同比增长20%。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国电动车行业市场分析与投资战略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。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！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行

业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 电动车产业环境分析

第一章 电动车行业基本概况

第一节 电动车定义

一、产品定义

二、产品分类

三、产品用途

第二节 电动车产业的发展生命周期判研

第三节 电动车产业链分析

一、产业链模型介绍

1、产业链定义

2、产业链内涵

3、产业链类型

4、产业链模型

二、电动车产业链价值分析

第四节 我国电动车产业发展的“波特五力模型”分析

一、“波特五力模型”介绍

二、电动车产业环境的“波特五力模型”分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

第五节 我国电动车行业市场发展“SWOT”分析

一、“SWOT模型”介绍

1、优势—机会（SO）战略

2、优势—威胁（ST）战略

3、弱点—机会（WO）战略

4、弱点—威胁（WT）战略

二、电动车市场发展的“SWOT”分析

- 1、行业发展强势分析
- 2、行业发展弱势分析
- 3、行业发展机会
- 4、行业发展威胁

第二章 电动车行业宏观环境发展分析

第一节 2012-2016年中国经济环境分析

- 一、2012-2016年宏观经济
- 三、2012-2016年固定资产投资

第二节 2012-2016年中国电动车行业发展政策环境分析

- 一、行业政策影响分析
- 二、相关行业标准分析

第三节 2012-2016年中国电动车行业发展社会环境分析

- 一、2012-2016年居民消费水平分析
- 二、2012-2016年生态环境分析

第二部分 电动车行业运行分析

第三章 电动车行业生产环境分析

第一节 电动车行业总体规模

第二节 电动车产能概况

- 一、2012-2016年产能分析
- 二、2018-2024年产能预测

第三节 电动车市场容量发展分析

- 一、2012-2016年市场容量分析
- 二、2018-2024年市场容量预测

第四节 电动车产量发展及趋势预测

- 一、2012-2016年产量分析
- 二、2018-2024年产量预测

第四章 电动车产品价格影响因素分析及价格趋势预测

第一节 国内产品价格影响因素分析

第二节 国内产品2011-2015年价格回顾

第三节 国内产品当前市场价格及评述

第四节 国内产品2018-2024年期间价格走势预测

第五章 电动车行业技术发展环境分析

第一节 产品工艺原材料设备渠道分析

第二节 电动车产品国内外技术比较分析

一、2016年电动车产品技术变化特点

二、国外主要生产工艺

三、国内主要生产方法

第三节 电动车技术发展趋势预测

第三部分 电动车行业深度分析

第六章 电动车产业供需发展环境分析

第一节 2012-2016年市场供需状况分析

一、2012-2016年电动车产量发展分析

二、2012-2016年电动车消费量发展分析

第二节 电动车的经销模式

一、电动车营销模式分析

二、电动车主要销售渠道分析

1、直效营销模式

2、分公司营销模式

3、代理营销模式

4、关联营销模式

三、电动车行业广告与促销方式分析

1、广告宣传策略

2、促销方式

四、电动车行业价格竞争方式分析

五、电动车行业国际化营销模式分析

六、电动车行业渠道策略分析

第三节 产品竞争策略分析

一、提高产品附加值

二、提升营销水平和品牌宣传

三、产品选择策略

四、销售竞争策略

第四节 未来5年内中国电动车市场供需格局预测

一、供给预测

二、需求预测

三、供需格局趋势

第七章 电动车进出口市场分析

第一节 全球进出口市场价格互动机制研究

第二节 代表性国家和地区进出口市场分析

一、分国别进口概况

二、分国别出口概况

第三节 中国电动车行业历史进出口总量变化

一、电动车行业近3年内进口总量变化

二、电动车行业近3年内出口总量变化

三、近三年内电动车进出口差量变动情况

第四节 中国电动车行业历史进出口结构变化

一、电动车行业当年内进口来源情况分析

二、电动车行业当年内出口去向分析

第五节 中国电动车行业进出口态势展望

一、中国电动车进出口的主要影响因素分析

二、电动车行业未来5年内中国出口态势展望

第四部分 电动车行业竞争格局

第八章 电动车地区市场竞争分析

第一节 中国电动车区域销售市场结构变化

第二节 华北地区销售分析

一、华北地区城市座标图示

二、华北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

1、电动车消费者结构分析

2、电动车消费者认知途径分析

3、电动车消费者购买需求分析

三、2012-2016年华北地区电动车产业市场规模发展趋势分析

第三节 华东地区销售分析

一、华东地区城市座标图示

二、华东地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

1、电动车消费者结构分析

2、电动车消费者认知途径分析

3、电动车消费者购买需求分析

三、2012-2016年华东地区电动车产业市场规模发展趋势分析

第四节 华南地区销售分析

一、华南地区城市座标图示

二、华南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

1、电动车消费者结构分析

2、电动车消费者认知途径分析

3、电动车消费者购买需求分析

三、2012-2016年华南地区电动车产业市场规模发展趋势分析

第五节 西北地区销售分析

一、西北地区城市座标图示

二、西北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

1、电动车消费者结构分析

2、电动车消费者认知途径分析

3、电动车消费者购买需求分析

三、2012-2016年西北地区电动车产业市场规模发展趋势分析

第六节 东北地区销售分析

一、东北地区城市座标图示

二、东北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

1、电动车消费者结构分析

2、电动车消费者认知途径分析

3、电动车消费者购买需求分析

三、2012-2016年东北地区电动车产业市场规模发展趋势分析

第七节 华中地区销售分析

一、华中地区城市座标图示

二、华中地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

1、电动车消费者结构分析

2、电动车消费者认知途径分析

3、电动车消费者购买需求分析

三、2012-2016年华中地区电动车产业市场规模发展趋势分析

第八节 西南地区销售分析

一、西南地区城市座标图示

二、西南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

1、电动车消费者结构分析

2、电动车消费者认知途径分析

3、电动车消费者购买需求分析

三、2012-2016年西南地区电动车产业市场规模发展趋势分析

第九章 电动车行业上下游产业链发展环境分析

第一节 电动车行业上游行业分析

一、主要原材料介绍

二、重点上游行业发展现状

1、轮胎行业

2、电池行业

三、重点上游行业发展趋势预测

1、轮胎行业

2、电池行业

四、行业新动态及其对电动车行业的影响

五、行业竞争状况及其对电动车行业的意义

第二节 电动车行业下游行业分析

一、主要应用领域分析

二、主要下游行业发展现状

三、主要下游行业发展趋势预测

四、主要下游行业市场现状分析

五、行业新动态及其对下游行业的影响

六、行业竞争状况及其对电动车行业的意义

第十章 电动车特色生产及销售厂家分析

第一节 中路股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业未来发展战略与规划

第二节 北京中科三环高技术股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业未来发展战略与规划

第三节 青岛澳柯玛股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业未来发展战略与规划

第四节 深圳市中华自行车集团股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业未来发展战略与规划

第五节 新大洲本田摩托有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业未来发展战略与规划

第五部分 电动车行业投资预测

第十一章 电动车产业政策及贸易预警

第一节 国内电动车行业税收政策分析

第二节 国内外环保规定

- 一、中国相关环保规定
- 二、国外相关环保规定

第三节 贸易预警

- 一、可能涉及的倾销及反倾销
- 二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒

第四节 近期人民币汇率变化的影响

第十二章 电动车行业未来五年内投资趋势及投资风险分析

第一节 2016年电动车行业投资情况分析

- 一、2016年总体投资结构
- 二、2016年投资规模情况
- 三、2016年投资增速情况
- 四、2016年分地区投资分析

第二节 电动车行业投资机会分析

- 一、电动车投资项目分析
- 二、可以投资的电动车模式
- 三、2016年电动车投资机会

第三节 2018-2024年中国电动车行业投资方向分析

- 一、未来电动车投资方向分析
- 二、未来电动车行业技术开发方向

第四节 2018-2024年中国电动车行业投资风险分析

- 一、经济环境风险分析
- 二、产业政策环境风险分析
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析
- 五、经营风险
- 六、其他风险
 - 1、财务风险
 - 2、企业出口风险分析
 - 3、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章 电动车行业未来五年内投资战略研究

第一节 2018-2024年中国电动车行业投资策略分析

- 一、电动车行业投资策略
- 二、电动车行业投资筹划策略
- 三、电动车行业品牌竞争战略

第二节 2018-2024年中国电动车行业“十三五”建设策略

- 一、电动车行业发展规划

二、电动车行业建设重点

三、电动车行业优秀企业成功之道

第十四章 电动车市场发展预测及行业项目投资建议

第一节 中国电动车产业的商业价值解读

一、中国电动车的商业核心价值

二、电动车产业的商业价值链战略趋势

第二节 外销与内销优势分析

一、生产要素

二、需求条件

三、相关产业

第三节 电动车行业未来5年内中国市场规模及增长趋势

第四节 电动车行业未来5年内中国净投资规模预测

第五节 电动车行业未来5年内市场盈利预测

第六节 电动车行业项目投资建议

一、投资营销模式

1、企业的国内营销模式建议

2、企业的海外营销模式建议

二、企业资本结构选择

三、企业战略选择

1、产品选择

2、销售竞争策略

3、战略选择的类型

4、一个明确的方向，产品结构和市场

四、电动车行业项目注意事项

1、产品技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、产品生产开发注意事项

4、产品销售注意事项

图表目录：

图表：电动车行业产业链

图表：电动车行业品牌竞争格局

图表：2015-2016年中国国内生产总值季度同比增速

图表：2016年全国规模以上工业增加值月度同比增速

图表：2016年规模以上工业生产主要数据

图表：2016年钢材同比增速及日均产量

图表：2016年水泥同比增速及日均产量

图表：2016年十种有色金属同比增速及日均产量

图表：2016年乙烯同比增速及日均产量

图表：2016年汽车同比增速及日均产量

图表：2016年轿车同比增速及日均产量

图表：2016年发电量同比增速及日均产量

图表：2016年原油同比增速及日均产量

图表：2016年各月规模以上工业主营业务收入与利润总额同比增长

图表：2016年分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2016年规模以上工业企业经济效益指标

图表：2016年各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本

图表：2016年规模以上工业企业主要财务指标

图表：2016年分行业规模以上工业企业主要财务指标

图表：2016年全国房地产开发和销售情况

图表：2016年全国房地产开发投资增速

图表：2016年东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2016年全房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2016年商品钢销售面积及销售额增速

图表：2016年东中西部地区房地产销售情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/P28941205U.html>