

# 2007年中国电动自行车行业市场分析咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007年中国电动自行车行业市场分析咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2661126611.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介进入2007年，一场电动自行车“禁行”的风暴席卷国内部分城市：继海口、广州等禁“电”后，常州、厦门、沈阳纷纷加入了这个行列。在电动车总量已达14万辆的扬州，外地的“禁行”带来了市民的种种担心和猜测，也让扬州的电动车生产者和销售商惴惴不安。日前，扬州电动车行业自律协会专门组织了一场应对会，通过这场气氛凝重的会议，我们看到了业界对电动车“禁行”风的高度重视和关注。这场“禁行”风暴对整个行业影响巨大：发布禁令后，海口街头电动车骤然减少，电动车商店生意清淡。在立法听证会上有九成代表认为电动自行车不该禁。在广州，消费者、商家、厂家一致呼吁让电动自行车健康发展而不是简单封杀，希望有关部门改“禁”为“限”。在常州，目前常州市年生产电动车100余万辆，年销量居全省第二。“禁行”方案的出台，对企业来说无疑是一个巨大的冲击。我们认为电动自行车不该一禁了之。电动自行车行业尽管发展空间越来越大，但业内的竞争也越来越激烈，店多牌杂，专卖店与大卖场并存。而市场经过一个阶段性的销售高峰后，已逐步过渡到平稳增长期，电动自行车消费进入了一个新的阶段，无论是厂家还是商家都面临激烈的品牌竞争局面。按照目前的市场区域，电动自行车市场可以划分为几个板块。以江浙和天津板块中的强势品牌构成了该行业的第一方阵，比如雅迪、富士达、新日等都是占据这一方阵的品牌，他们占据了相对稳定的市场份额，并仍在寻求快速上升的通道；第二方阵里，就是数十家年度销售规模在5万辆以上的品牌，这些品牌已经在一个或者几个省份占有了一定的市场份额；第三方阵就是国内销量在1万—5万辆之间的品牌，这一方阵的企业应该有几百家；第四方阵就是大量的销量在1万辆以下的品牌，这一方阵的企业多是小规模或者“螺丝刀”“菜”装生产为主，有的甚至是前店后厂，销售也面向局部区域市场。为数众多的小品牌已经在风吹雨打之后相继凋零，或继续沿用低价优势获取小区域内的市场空间。随着电动自行车品牌化价值的显现，电动自行车在未来一段时间内销售形势将会趋好。加之电动自行车技术规范和行业规范的不断完善、发展，行业配套服务、售后服务以及监管的完善、加强，同时对电池回收等关联问题进行有效规划，电动自行车行业的发展将进入一个新的飞跃阶段，整个产业升级的突破口也逐渐凸显。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。专家认为，我国电动自行车市场空间大、前景广。目前我国自行车用户约4.5亿，全国自行车保有量在6亿辆左右。专家预测，未来十年内，将有部分自行车用户成为电动自行车用户，届时，全国电动自行车保有量将增加到4000万辆以上。可以预见，在未来几年，中国电动自行车产业必将迎来一个快速发展、竞争激烈、政策影响巨大的发展时期。面对这个机遇与挑战并存的市场，我国电动自行车企业该如何把握时机，迎接挑战，并根据行业发展趋势制定发展战略呢？另外，中国电动自行车从业者，包括来华投资经营的外商也必须时刻了解、研究自身所处的市场环境，才能审时度势，掌握趋势，在不断遇到新情况、不断解决新问题中，得以发展、壮大。本研究咨询报告依据国家统计局、国家发改委、中国海关、中国自行车协会、中国电动自行车协会、中国贸易促进会、

中国行业研究网、国内外多种相关报纸杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于世界电动自行车市场，从中国电动自行车发展情况、区域市场发展状况、行业内主要企业发展情况以及电动自行车未来发展趋势、投资策略等多方面深度剖析，全面展示电动自行车现状。报告揭示了电动自行车的市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。目

录CONTENTS	第一部分	行业现状分析	第一章	电动自行车行业概述	1	第一节
		电动自行车的定义	1	一、电动自行车工作原理及分类	1	二、电动自行车基本性能介绍
		1	第二节	电动自行车的特征	2	一、电动自行车类型
		2	二、电动自行车的主要优点	3	第三节	
		电动自行车的优势	4	一、价格优势	4	二、便利优势
		4	三、环保优势	5	四、成本优势	
		5	五、发展电动自行车的好处	6	第二章	
		6	全球电动自行车行业现状与特点	8	第一节	
		8	国际市场发展概况	8	一、国外电动自行车市场发展状况	
		8	8	二、国外轻型电动车产业发展的经验和教训	10	三、国外关于轻型电动车的立法和标准制定
		13	四、国际电动自行车发展动向	14	第二节	
		14	主要国家发展概况	15	一、美国	
		15	15	二、欧洲	16	三、德国
		18	四、法国	21	五、日本	
		21	第三章	中国电动自行车行业发展概况	23	第一节
		23	电动自行车行业发展现状分析	23	一、电动自行车行业发展现状	
		23	23	二、2006年主要企业产销统计	25	三、我国电动自行车社会保有量及电池需求量
		27	四、2006年全国电动车区域市场调查	31	第二节	
		31	电动自行车市场现状与特点	36	一、电动自行车消费环境分析	
		36	36	二、全国电动车市场调查分析	41	三、2006年电动车行业回顾
		41	46	第三节	电动自行车电池市场现状与特点	
		46	57	一、电动自行车电池质量问题分析	57	二、锂电池将取代铅酸电池
		57	59	三、国内蓄电池行业切肤之痛	61	四、蓄电池产业发展趋势
		61	63	五、铅酸蓄电池应用概述与未来发展方向	67	第四节
		67	70	一、国外关于轻型电动车的立法和标准制定	70	二、我国电动自行车相关法律和标准
		70	71	三、国家颁布实施《自行车安全要求》新标准	74	第五节
		74	75	一、全球电动自行车用燃料电池技术开发动向	75	二、我国电动自行车技术现状及发展方向探讨
		75	76	三、2006年台湾成功开发出高分子锂电池电动自行车	82	四、2006年电动车实现“节能自发电边骑边充电”
		82	82	五、2006年哈工大研制成功超级电动车	83	六、2006年新型电动车电池在厦门研制生产
		83	83	七、2006年电动车换上绿色“芯”势不可挡	84	八、2006年电动车行业首次承担国家级重大科研课题
		84	86	第四章	区域市场发展动态	
		86	88	第一节	天津电动自行车市场分析	
		88	88	第二节	江苏电动自行车市场分析	
		88	91	一、江苏省电动车产量现状	91	二、江苏省电动车区域市场动态
		91	92	第三节	浙江电动自行车市场分析	
		92	94	第四节	陕西电动自行车市场分析	
		94	97	一、陕西省电动车市场介绍	97	二、陕西省电动车市场前景分析
		97	102	第五节	武汉电动自行车市场分析	
		102	104	第六节		

长沙电动自行车市场分析	109一、长沙电动车市场现状	109二、长沙电动车市场主要渠道
110三、对湖南电动车市场的思考	113第七节	上海电动自行车市场分析
其他地区电动自行车市场发展动态		117第八节
118二、厦门发出电动自行车限制令		118一、成都电动自行车拥有量情况
120四、沈阳禁行电动自行车情况分析		119三、山东电动车行业期待尽快立法
122六、标准束缚云南电动自行车发展	125第二部分	121五、广州电动自行车禁令引争议
中国电动自行车行业竞争格局	127第一节	行业竞争格局第五章
127一、初步形成四大板块	127二、竞争转向品牌和创新	中国电动自行车行业竞争格局
电动自行车聚集区域分析	129一、无锡电动车业发展分析	128第二节
129二、天津电动车业发展分析	136三、浙江电动自行车业发展分析	129二、天津电动车业发展分析
138四、台州电动车业发展分析	141第三节	136三、浙江电动自行车业发展分析
电动自行车行业扩张分析	148第六章	中国电动自行车行业重点企业
捷安特(中国)有限公司	153一、公司简介	153第一节
153二、公司经营动态	153三、公司发展动态	153二、公司经营动态
154第二节	金华市绿源电动车有限公司	157一、公司简介
157二、研发状况	158三、销售情况	157二、研发状况
162第三节	上海永久股份有限公司	162一、公司简介
162二、公司动态	163三、发展状况	162二、公司动态
164四、财务分析	165第四节	金山开发建设股份有限公司
167一、公司简介	167二、公司动态	168三、财务分析
168三、财务分析	168第五节	167二、公司动态
天津富士达自行车有限公司	170第六节	山东英克莱集团有限公司
171第七节	天津飞鸽自行车有限公司	173第八节
174一、企业简介	174二、发展新战略	174一、企业简介
175三、发展状况	176四、财务分析	174二、发展新战略
177第九节	北京新日电动车制造有限公司	179第十节
180一、企业简介	180二、财务分析	南京大陆鸽科技股份有限公司
181第三部分	181第三部分	180二、财务分析
行业发展预测第七章	中国电动自行车行业成长动因分析	183第一节
183第一节	183一、电动自行车发展瓶颈取得突破	有利因素
183二、产品的价格水平与现阶段我国城乡居民的收入水平相适应	184三、较高的能源利用效率和使用过程中的费用成本较低	183一、电动自行车发展瓶颈取得突破
184四、能够满足城乡居民对个人交通工具升级换代的要求	184五、具有良好的安全性，适合普通人驾驶乘用	183二、产品的价格水平与现阶段我国城乡居民的收入水平相适应
185六、中国人保推出国内首款电动自行车综合险	185第二节	184三、较高的能源利用效率和使用过程中的费用成本较低
186一、电动自行车标准缺失管理混乱	186二、2006年电动车电池产品抽样合格率低	184四、能够满足城乡居民对个人交通工具升级换代的要求
189三、电动车技术取得进展实现产业化仍困难重重	190四、2006年电动自行车行业克隆现象严重	185六、中国人保推出国内首款电动自行车综合险
191五、2006年绿色电动车遭遇三大难题	193六、2007年电动车“禁车”风暴席卷全国	186一、电动自行车标准缺失管理混乱
195七、我国轻型电动车行业进一步发展面临的问题	198八、电动车产业须迈“三道槛”	189三、电动车技术取得进展实现产业化仍困难重重
202九、废旧铅酸蓄电池管理体制尚未健全	202十、电动自行车消费环境不如人意	190四、2006年电动自行车行业克隆现象严重
204第八章	207第一节	202九、废旧铅酸蓄电池管理体制尚未健全
207第一节	电动自行车的发展趋势	204第八章

207一、电动自行车行业的发展方向 207二、电动自行车技术的发展方向 207第二节  
电动自行车的“禁”“解”之争 209一、电动自行车遭禁  
209二、广州：电动自行车被禁后的命运转向 210三、电动自行车的“禁”“解”之争  
214四、电动自行车不该一禁了之 216第三节 电动自行车产品差异化发展趋势  
218一、舒适性——以“人”为本 218二、动力性——以“需 撮  
219三、安全性——以“情”为本 220四、外观——以“美”为本 221第四节  
中国将是世界电动自行车的工厂 222第九章 中国电动自行车行业发展预测 225第一节  
轻型电动车产业发展潜力与供求结构  
225一、我国轻型电动车的发展状况与市场需求的因素分析  
225二、我国轻型电动车市场供给分析 230第二节 我国轻型电动车产业增长潜力预测  
234一、预测方法和基准情景 234二、国内市场增长潜力预测  
236三、国际市场出口潜力预测 241第三节 电动自行车行业整体情况发展预测 242第四节  
电动自行车行业发展预测 244一、市场规模预测 244二、产业结构预测  
246三、市场保有量预测 247第四部分 行业发展策略第十章 市场风险与投资价值分析  
249第一节 电动自行车行业的风险 249一、电动自行车在各地的发展面临政策风险  
249二、电动自行车质量管理存在缺陷，质量参差不齐  
249三、对电动自行车的升级或延伸产品政策空缺 250四、行业高度分散，市场集中度低  
251五、电力供应紧张，原材料价格居高不下 251六、现有电动自行车技术含量不高  
251第二节 投资机会分析 252一、中国电动车发展机会分析 253二、进军农村市场  
257三、产品技术创新 258四、开拓国外市场 260五、海外具有大的投资市场  
262六、用绿色营销启动奥运 263第三节 摩托车企业进入电动车行业的市场分析  
267一、摩企进入电动车行业优劣势分析 268二、摩企策略简析 271第四节  
电动自行车企业生产许可证的办理 272一、电动自行车生产许可证的办理  
272二、国家相关文件中对生产设备方面的规定  
273三、办理一个电动车生产许可证所需费用 276第十一章 我国电动自行车行业发展的战略  
280第一节 轻型电动车产业健康成长是我国的战略选择  
280一、有利于推进我国能源消费结构的调整 280二、有利于推进城市交通模式的优化  
281三、有利于推动我国电动汽车工业的发展 281四、有利于推动循环经济的发展  
282第二节 中国轻型电动车发展战略 283一、一个不容忽视的新兴产业  
283二、中国特色的汽车工业发展道路 284三、中国未来能源战略的一个新的支点  
286四、构建我国核心竞争力创新的新亮点  
287五、构建中国新型城市交通体系的重要组成部分  
290六、建设社会主义“新农村”的一个重要工具 291七、政策和标准：观念更新及“与时俱进”  
292第三节 面临石油危机的中国 295第四节 不可替代的电动自行车 297第五节  
电动车产业对于绿色中国的贡献分析 299一、循环能源、有利实施国家安全能源战略

- 299二、减少有害物质排放、有利环境保护 300三、增加居民福利、有利提高人民生活水平
- 301四、扩大产业贡献、促进国民经济发展 301第六节 电动自行车行业发展对策
- 302第十二章 电动自行车企业发展策略 304第一节 电动自行车企业发展策略分析
- 304一、电动自行车企业发展策略管理篇 304二、电动自行车企业发展策略产品篇
- 306三、电动自行车企业发展策略营销篇 308四、电动自行车企业发展策略品牌篇
- 311五、电动自行车突出重围的五大战略法则 313第二节 电动自行车销售渠道分析
- 318一、电动自行车销售模式 318二、电动自行车超市销售模式
- 319三、电动自行车终端四大病症诊断根治 323四、电动自行车必由之路电动车专卖店研究
- 332五、电动自行车企业渠道整合策略分析 333第三节 电动自行车营销策略分析
- 339一、电动自行车的营销误区 339二、电动自行车现代营销体系的建立
- 346三、电动自行车促销策略分析 350四、电动自行车营销策略分析
- 354五、电动自行车整合营销策略分析 360六、电动自行车企业文化营销策略
- 366七、2007年电动自行车新年期间“分段分群”营销策略 367第四节
- 电动自行车品牌发展策略 369一、电动自行车品牌战略重点
- 369二、电动自行车品牌的核心价值 369三、电动自行车的品牌识别
- 370四、电动自行车品牌战略主要工作 371五、电动自行车品牌战略的误区
- 372六、电动自行车企业打造强势品牌策略 373七、中小电动自行车企业做品牌的关键
- 378八、定位基础上的电动自行车品牌构建 383第五节 奥斯电动自行车与蓝海战略
- 391一、从消费者需求谈起 391二、电动车行业发展方向的错位
- 392三、“红海”竞争和柠檬市场 395四、奥斯电动自行车与蓝海战略
- 397五、奥斯的蓝海战略与精品战略 398六、奥斯蓝海战略与经销商 399附录
- 我国自行车产量与保有量 400一、2005-2006年我国自行车产量
- 400二、我国自行车市场保有量情况 409图表目录图表：电动自行车基本特性
- 2图表：2006年中国出口欧盟自行车、电动车及零部件税率一览表
- 17图表：1996-2005年日本电动自行车产量
- 21图表：2006年11月份主要电动自行车生产企业产销存统计表（1）
- 25图表：2006年11月份主要电动自行车生产企业产销存统计表（2）
- 26图表：1998-2006年我国电动自行车产量图
- 28图表：1998-2006年我国电动自行车社会保有量
- 29图表：1998-2006年电动自行车电池需求量增长情况
- 30图表：1998-2006年电动自行车电池产量与市场需求量增长情况
- 30图表：2006年电动自行车信誉标志品牌 43图表：中国十大电动自行车品牌
- 128图表：我国电动自行车主要生产地份额144图表：2000-2006年9月昆山捷安特销售情况
- 157图表：2003-2005年中国市场自行车产销概况
- 157图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司主营构成

165图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司利润分配表

165图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司获利能力表

165图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司经营能力表

166图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司偿债能力表

166图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司资本结构表

166图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司发展能力表

166图表：2006年前三季度上海永久股份有限公司现金流量分析表

166图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司主营构成

168图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司利润分配表

168图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司获利能力表

169图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司经营能力表

169图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司偿债能力表

169图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司资本结构表

170图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司发展能力表

170图表：2006年前三季度金山开发建设股份有限公司现金流量分析表

170图表：山东英克莱集团有限公司组织结构

172图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司主营构成

177图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司利润分配表

177图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司获利能力表

177图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司经营能力表

177图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司偿债能力表

178图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司资本结构表

178图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司发展能力表

178图表：2006年前三季度青岛澳柯玛股份有限公司现金流量分析表

178图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司主营构成

181图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司利润分配表

181图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司获利能力表

181图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司经营能力表

181图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司偿债能力表

182图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司资本结构表

182图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司发展能力表

182图表：2006年前三季度北京中科三环高技术股份有限公司现金流量分析表

182图表：2004年20个城市轻型电动车拥有量

227图表：2000-2004年我国年产量超过万辆的轻型电动车企业数量

232图表：2000 - 2005年我国自行车产量

234图表：1978 - 2005年我国自行车产量



- 235图表：1990 - 2005年我国自行车出口量表
- 235图表：1990 - 2005年我国自行车出口量图
- 236图表：1998 - 2004年我国轻型电动车年产量设定相关变量
- 236图表：我国轻型电动车年产量对时间的变动趋
- 237图表：2005 - 2010年我国轻型电动车年产量表—按趋势外推法预测
- 237图表：2005 - 2010年我国轻型电动车年产量增长图—按趋势外推法预测
- 238图表：我国轻型电动车产业成长周期与自行车产业成长周期不同周期情况下增长速度
- 238图表：2005 - 2010年我国轻型电动车各年产量表—按情景模拟法预测
- 239图表：2005 - 2010年我国轻型电动车各年产量增长图—按情景模拟法预测
- 239图表：2006 - 2010年我国轻型电动车各年产量表—按替代估算法预测
- 240图表：2006 - 2010年我国轻型电动车各年产量增长图—按替代估算法预测
- 240图表：2006 - 2010年我国轻型电动车产量表——综合预测结果
- 241图表：2006 - 2010年我国轻型电动车产量增长图——综合预测结果
- 241图表：2010年电动自行车市场保有量预测
- 248图表：二元三角管控体系
- 304图表：马斯洛的需求层次理论（1）
- 391图表：马斯洛的需求层次理论（2）
- 392图表：电动车的物质属性价值和精神属性价值作为坐标绘制价值平面图
- 393图表：奥斯推行的蓝海战略的二维价值图
- 397图表：2001-2005年我国自行车产量增长图
- 400图表：2005年2-12月自行车产量全国合计
- 400图表：2006年2-5月自行车产量全国合计
- 400图表：2005年2-12月自行车产量天津市合计
- 401图表：2006年2-5月自行车产量天津市合计
- 401图表：2005年2-12月自行车产量辽宁省合计
- 401图表：2006年2-5月自行车产量辽宁省合计
- 402图表：2006年2-5月自行车产量上海市合计
- 402图表：2005年2-12月自行车产量江苏省合计
- 402图表：2006年2-5月自行车产量江苏省合计
- 403图表：2005年2-12月自行车产量浙江省合计
- 403图表：2006年2-5月自行车产量浙江省合计
- 403图表：2005年2-12月自行车产量江西省合计
- 403图表：2006年2-5月自行车产量江西省合计
- 404图表：2005年2-12月自行车产量山东省合计
- 404图表：2006年2-5月自行车产量山东省合计
- 404图表：2005年2-12月自行车产量河南省合计
- 405图表：2006年2-5月自行车产量河南省合计
- 405图表：2005年2-12月自行车产量湖北省合计

405图表：2006年2-5月自行车产量湖北省合计

406图表：2005年2-12月自行车产量广东省合计

406图表：2006年2-5月自行车产量广东省合计

406图表：2005年2-12月自行车产量广西区合计

406图表：2006年2-5月自行车产量广西区合计

407图表：2005年2-12月自行车产量重庆市合计

407图表：2006年2-5月自行车产量重庆市合计

407图表：2005年2-12月自行车产量四川省合计

408图表：2006年2-5月自行车产量四川省合计

408图表：2005年2-12月自行车产量陕西省合计

408图表：2006年2-5月自行车产量陕西省合计

409图表：各地区城镇居民家庭平均每百户耐用消费品拥有量(2004年底)

409图表：各地区农村居民家庭平均每百户自行车摩托车拥有量(2004年底)

410图表：西部12省（区、市）城镇居民家庭每百户自行车拥有量（辆） 411

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2661126611.html>