

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研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《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研究报告》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/xiantiyongpin/2956329563.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8500

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

【交付时间】2个工作日【报告格式】Word格式报告目录第一章：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、全球电动自行车格局分析 - 16 -二、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、欧美国电动自行车行业发展现状分析 - 23 -第五节、日本电动自行车行业发展现状分析 - 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、2007年中国电动自行车发展趋势分析 - 31 -一、电动自行车产销量趋势分析 - 32 -二、电动自行车消费对象变化趋向 - 32 -三、电动自行车产品发展趋势 - 32 -四、电动自行车销售业态变化趋势 - 33 -五、电动自行车市场竞争变化趋势 - 33 -第三节、中国电动自行车市场供求关系分析 - 33 -一、总体市场格局及供给情况 - 33 -二、需求规模情况 - 34 -三、消费者购买行为和需要分析 - 36 -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，电动自行车产业必然的趋势	- 61	-第二节、 中国电动自行车兼并重组现状分析	- 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	-二、 中国电动自行车兼并重组特点趋势分析	- 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	-一、 政策障碍	- 65
-二、 信贷资金障碍	- 66	-第一节、 政策障碍	- 65	-二、 发展趋势乐观，市场化进程过于缓慢	- 66
-一、 新技术必将引起产业结构调整	- 66	-第二节、 供求障碍	- 67	-二、 不法商家蒙骗消费者	- 67
-二、 维修价格高	- 68	-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	-二、 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
-第一节、 捷安特	- 69	-一、 公司在大陆投资情况	- 69	-二、 公司核心竞争力分析	- 71
-一、 公司在大陆投资情况	- 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
-二、 公司核心竞争力分析	- 73	-第二节、 Merida	- 72	-一、 公司在中国投资情况	- 73
-三、 公司兼并重组趋势与可能性分析	- 74	-一、 公司在中国投资情况	- 73	-二、 公司核心竞争力分析	- 73
-第十一章：即将进入中国的国外电动自行车企业分析	- 76	-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
-第一节、 Trek	- 76	-三、 公司兼并重组趋势与可能性分析	- 74	-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
-一、 公司经营情况分析	- 76	-第一节、 麦科特集团电助动车有限公司	- 81	-第一节、 麦科特集团电助动车有限公司	- 81
-二、 公司核心竞争力分析	- 76	-一、 产品结构分析	- 81	-一、 产品结构分析	- 81
-三、 公司进入中国的背景与动机分析	- 77	-TDR41-68ZA（骄子三代）	- 83	-二、 资本运营情况	- 83
-四、 公司在中国的投资趋势以及可能性分析	- 77	-二、 资本运营情况	- 83	-三、 技术竞争力分析	- 84
-第二节、 Specialized	- 77	-三、 技术竞争力分析	- 84	-四、 营销网络分析	- 85
-一、 公司经营情况分析	- 77	-四、 营销网络分析	- 85	-五、 公司发展战略分析	- 86
-二、 公司进入中国的背景与动机分析	- 78	-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
-三、 公司在中国的投资趋势以及可能性分析	- 78	-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
-第三节、 Cannondale	- 78	-一、 产品结构分析	- 87	-一、 产品结构分析	- 87
-一、 公司经营情况分析	- 78	-二、 资本运营情况	- 88	-二、 资本运营情况	- 88
-二、 公司核心竞争力分析	- 79	-三、 技术竞争力分析	- 89	-三、 技术竞争力分析	- 89
-三、 公司在中国的投资趋势以及可能性分析	- 80	-四、 营销网络分析	- 89	-四、 营销网络分析	- 89
-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	-五、 公司发展战略分析	- 91	-五、 公司发展战略分析	- 91
-第一节、 麦科特集团电助动车有限公司	- 81	-六、 公司兼并重组趋势与可能性分析	- 91	-六、 公司兼并重组趋势与可能性分析	- 91
-一、 产品结构分析	- 81	-第三节、 青岛澳克玛集团	- 91	-一、 产品结构分析	- 92
-TDR41-68ZA（骄子三代）	- 83	-一、 产品结构分析	- 92	-二、 资本运营情况	- 93
-二、 资本运营情况	- 83	-二、 资本运营情况	- 93	-三、 技术竞争力分析	- 94
-三、 技术竞争力分析	- 84	-三、 技术竞争力分析	- 94	-四、 营销网络分析	- 95
-四、 营销网络分析	- 85	-四、 营销网络分析	- 95	-五、 公司发展战略分析	- 95
-五、 公司发展战略分析	- 86	-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
-六、 公司兼并重组趋势与可能性分析	- 86	-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
-第二节、 山东英克莱集团	- 87	-一、 产品结构分析	- 97	-一、 产品结构分析	- 97
-一、 产品结构分析	- 87	-二、 技术竞争力分析	- 98	-二、 技术竞争力分析	- 98
-二、 资本运营情况	- 88	-三、 营销网络分析	- 99	-三、 营销网络分析	- 99
-三、 技术竞争力分析	- 89	-四、 公司发展战略分析	- 99	-四、 公司发展战略分析	- 99
-四、 营销网络分析	- 89	-五、 公司兼并重组趋势与可能性分析	- 100	-五、 公司兼并重组趋势与可能性分析	- 100
-五、 公司发展战略分析	- 91	-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
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
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
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
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
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
114	-四、 营销网络分析 - 114	-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 - 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	
9	-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			
3	3：1996-2005年日本电动自行车产量 - 13				-图表
4	4：美国电动自行车营销市场各渠道销售比例 - 14				-图表
5	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	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	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：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2956329563.html>