

2024-2030年中国电动摩托车行业市场运营格局及 前景战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国电动摩托车行业市场运营格局及前景战略分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/980666.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解电动摩托车行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国电动摩托车行业市场运营格局及前景战略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国电动摩托车市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保电动摩托车行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年电动摩托车行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能电动摩托车从业者抢跑转型赛道。

电动摩托车是电动车的一种，用电瓶来驱动电机行驶。电力驱动及控制系统由驱动电动机、电源和电动机的调速控制装置等组成。电动摩托车的其它装置基本与内燃机的相同。电动摩托车的组成包括：电力驱动及控制系统、驱动力传动等、完成既定任务的工作装置等。电力驱动及控制系统是电动车的核心，也是区别于用内燃机驱动车最大不同点。

随着GB17761-2018《电动自行车安全技术规范》新国标的颁布和落地，对两轮车监管的逐步规范，禁限摩政策总体也渐趋宽松，使得摩托车消费环境改善。其次，新国标的颁布使得部分超标的两轮车归到了摩托车的分类，这促使许多电动自行车生产企业加速转型进入到电动摩托车领域，推动行业发展。

从1995年清华大学研制的第一台轻型电动车问世，到现在林林总总的电动车系列产品，过去的二十年中，中国电动摩托车事业从无到有，再发展成为目前全球最大的轻型电动车产业，短短数十载，已经成就了让全球仰慕的电动车产业。电动车摩托车行业的发展，业内普遍认为已经历了三个发展阶段：积极探索阶段、快速发展阶段、稳定发展阶段。

随着国家对环保的重视及双碳目标的提出，电动摩托车成为我国摩托车产业发展新的增长点。目前，中国摩托车企业积极布局新能源“蓝海”，摩托车电动化已成新趋势，我国电动摩托车行业也逐渐步入正轨。2019-2020年，由于城市通勤代步需求的增长，以及快递外卖行业的迅速发展，同时2019年落地的新国标带来的强制换车潮，也促使我国电动摩托车行业需求向好，产销量均实现大幅增长，2021年增速有所放缓。2022年我国电动摩托车的产量和需求量分别为423.5万辆和421.6万辆。

随着城市化不断发展，我国汽车保有量一直呈逐年上升的趋势，城市交通拥堵的问题越来越严重。燃油摩托车相比于电动车虽然有不少优势，但是由于各个城市不断加强机动车管制的政策下，也逐渐被电动摩托车所取代。2019年以来我国电动摩托车市场规模得到了极大的

增长，2022年市场规模来到197.5亿元，2015年到2022年市场规模复合增长率接近66.7%。

以汽油为动力能源的交通工具因环境污染问题逐渐受到国家抑制，而电驱动产品国家则大力提倡，其潜能巨大。因此符合产业或国家政策发展方向，这成为电动摩托车行业的核心竞争力所在。目前我国电动车品牌数量较多，行业厂家较为分散，随着市场竞争的加剧，产能落后规模较小的公司将被淘汰，市场集中度将进一步升高。

《2024-2030年中国电动摩托车行业市场运营格局及前景战略分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是电动摩托车领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 电动摩托车行业发展综述

1.1 电动摩托车行业概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要商业模式

1.2 电动摩托车行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 电动摩托车行业在产业链中的地位

1.2.3 电动摩托车行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）电动摩托车行业生命周期

1.3 最近3-5年中国电动摩托车行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 电动摩托车行业运行环境（PEST）分析

2.1 电动摩托车行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 电动摩托车行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 电动摩托车行业社会环境分析

2.3.1 电动摩托车产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 电动摩托车产业发展对社会发展的影响

2.4 电动摩托车行业技术环境分析

2.4.1 电动摩托车技术分析

2.4.2 电动摩托车技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国电动摩托车行业运行分析

3.1 我国电动摩托车行业发展状况分析

3.1.1 我国电动摩托车行业发展阶段

3.1.2 我国电动摩托车行业发展总体概况

3.1.3 我国电动摩托车行业发展特点分析

3.2 2023年电动摩托车行业发展现状

3.2.1 2019-2023年我国电动摩托车行业市场规模

3.2.2 2023年我国电动摩托车所属行业发展分析

3.2.3 2023年中国电动摩托车企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2023年重点省市市场分析

3.4 电动摩托车产品/服务价格分析

3.4.1 2019-2023年电动摩托车价格走势

3.4.2 影响电动摩托车价格的关键因素分析

3.4.3 2024-2030年电动摩托车产品/服务价格变化趋势

3.4.4 主要电动摩托车企业价位及价格策略

第四章 我国电动摩托车所属行业整体运行指标分析

4.1 2019-2023年中国电动摩托车所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2019-2023年中国电动摩托车所属行业运营情况分析

4.2.1 我国电动摩托车所属行业营收分析

4.2.2 我国电动摩托车所属行业成本分析

4.2.3 我国电动摩托车所属行业利润分析

4.3 2019-2023年中国电动摩托车所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国电动摩托车行业供需形势分析

5.1 电动摩托车行业供给分析

5.1.1 2019-2023年电动摩托车行业供给分析

5.1.2 2024-2030年电动摩托车行业供给变化趋势

5.1.3 电动摩托车行业区域供给分析

5.2 2019-2023年我国电动摩托车行业需求情况

5.2.1 电动摩托车行业需求市场

5.2.2 电动摩托车行业客户结构

5.2.3 电动摩托车行业需求的地区差异

5.3 电动摩托车市场应用及需求预测

5.3.1 电动摩托车应用市场总体需求分析

(1) 电动摩托车应用市场需求特征

(2) 电动摩托车应用市场需求总规模

5.3.2 2024-2030年电动摩托车行业领域需求量预测

(1) 2024-2030年电动摩托车行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2024-2030年电动摩托车行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业电动摩托车产品/服务需求分析预测

第六章 电动摩托车行业产业结构分析

6.1 电动摩托车产业结构分析

6.1.1 市场充分程度分析

6.1.2 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国电动摩托车行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 电动摩托车产业结构调整方向分析

第七章 我国电动摩托车行业产业链分析

7.1 电动摩托车行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 电动摩托车上游行业分析

7.2.1 电动摩托车产品成本构成

7.2.2 2023年上游行业发展现状

7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对电动摩托车行业的影响

7.3 电动摩托车下游行业分析

7.3.1 电动摩托车下游行业分布

7.3.2 2023年下游行业发展现状

7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对电动摩托车行业的影响

第八章 我国电动摩托车行业渠道分析及策略

8.1 电动摩托车行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对电动摩托车行业的影响

8.1.3 主要电动摩托车企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 电动摩托车行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 电动摩托车行业营销策略分析

8.3.1 中国电动摩托车营销概况

8.3.2 电动摩托车营销策略探讨

8.3.3 电动摩托车营销发展趋势

第九章 我国电动摩托车行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 电动摩托车行业竞争结构分析

(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

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 电动摩托车行业企业间竞争格局分析

9.1.3 电动摩托车行业集中度分析

9.1.4 电动摩托车行业SWOT分析

9.2 中国电动摩托车行业竞争格局综述

9.2.1 电动摩托车行业竞争概况

(1) 中国电动摩托车行业竞争格局

(2) 电动摩托车行业未来竞争格局和特点

(3) 电动摩托车市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国电动摩托车行业竞争力分析

(1) 我国电动摩托车行业竞争力剖析

(2) 我国电动摩托车企业市场竞争的优势

(3) 国内电动摩托车企业竞争能力提升途径

9.2.3 电动摩托车市场竞争策略分析

第十章 电动摩托车行业领先企业经营形势分析

10.1 雅迪科技集团有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 经营状况分析

10.2 浙江绿源电动车有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 经营状况分析

10.3 江苏新日电动车股份有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 经营状况分析

10.4 立马车业集团有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 经营状况分析

10.5 爱玛科技集团股份有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 经营状况分析

第十一章 2024-2030年电动摩托车行业投资前景

11.1 2024-2030年电动摩托车市场发展前景

11.1.1 2024-2030年电动摩托车市场发展潜力

11.1.2 2024-2030年电动摩托车市场发展前景展望

11.2 2024-2030年电动摩托车市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2030年电动摩托车行业发展趋势

11.2.2 2024-2030年电动摩托车市场规模预测

11.2.3 2024-2030年电动摩托车行业应用趋势预测

11.3 2024-2030年中国电动摩托车行业供需预测

11.3.1 2024-2030年中国电动摩托车行业供给预测

11.3.2 2024-2030年中国电动摩托车行业需求预测

11.3.3 2024-2030年中国电动摩托车供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年电动摩托车行业投资机会与风险

12.1 电动摩托车行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2024-2030年电动摩托车行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.3 2024-2030年电动摩托车行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 电动摩托车行业投资战略研究

13.1 电动摩托车行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国电动摩托车品牌的战略思考

13.2.1 电动摩托车品牌的重要性

13.2.2 电动摩托车实施品牌战略的意义

13.2.3 电动摩托车企业品牌的现状分析

13.2.4 我国电动摩托车企业的品牌战略

13.2.5 电动摩托车品牌战略管理的策略

13.3 电动摩托车经营策略分析

- 13.3.1 电动摩托车市场创新策略
- 13.3.2 品牌定位与品类规划
- 13.3.3 电动摩托车新产品差异化战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 电动摩托车行业研究结论
- 14.2 电动摩托车行业投资价值评估
- 14.3 电动摩托车行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表1：新国标电动车分类及对比
- 图表2：产业链发展程度
- 图表3：行业发展周期
- 图表4：我国电动摩托车行业处于行业成长期
- 图表5：2018-2022年爱玛科技集团股份有限公司电动摩托车盈利水平
- 图表6：2014-2023年中国电动摩托车市场销售收入及增速
- 图表7：行业的主要法律法规及产业政策
- 图表8：2013-2022年全球GDP总量情况
- 图表9：2016-2023年中国GDP发展运行情况
- 图表10：2016-2023年中国固定资产投资（不含农户）投资情况
- 图表11：2022-2023年中国规模以上工业同比增长速度
- 图表12：2016-2023年中国社会消费品零售总额情况
- 图表13：2016-2023年中国货物进出口总额情况
- 图表14：2014-2023年中国人口数量情况
- 图表15：2012-2023年中国人口性别数量情况
- 图表16：2014-2023年中国城镇化率变化趋势图
- 图表17：2014-2023年中国电动摩托车行业专利申请趋势分析 单位：个
- 图表18：2014-2023年中国电动摩托车行业专利申请人申请授权趋势分析 单位：个
- 图表19：2014-2023年中国电动摩托车行业专利申请人技术构成分析 单位：个
- 图表20：电动摩托车行业发展历程
- 图表21：2014-2023年电动摩托车行业销售收入
- 图表22：2014-2023年我国电动摩托车产销量

图表23：2023年12月摩托车生产企业电动摩托车生产情况表

图表24：2023年12月摩托车生产企业电动摩托车销售情况表

图表25：2023年我国电动摩托生产商区域分布情况

图表26：2023年我国各省市电动摩托车产量统计图

图表27：2014-2023年电动摩托车价格走势

图表28：2024-2030年我国电动摩托车价格走势

图表29：2023年中国主要电动摩托车生产企业电动摩托车价格统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980666.html>