

2016-2022年中国电动独轮车市场运营态势与发展 前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国电动独轮车市场运营态势与发展前景分析报告》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/201605/412959.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

电动独轮车是一种电力驱动、具有自我平衡能力的交通工具。在社会飞速发展的今天，交通拥堵也成了最终现象，一款时尚的电动独轮车，让您享受穿梭于闹市的轻松与快乐。IPS电动独轮车代替自行车和电动车作为交通工具是时尚潮流的发展。电动独轮车的兴起，即将引发一场新的交通革命。电动独轮车适于每日通勤使用或者周末时作为一项休闲运动。陀螺仪传感器控制平衡，1000瓦特的电动机驱动，可以获得很好的动力。内部通过程序控制，限速在16km/h，在保证安全的同时兼顾到行车速度。电动独轮车是新一代的节能、环保、便携的代步工具。充电2个小时，可以行驶25km，短途代步非常方便，可以代替公交和地铁。电动独轮车体形小巧、携带方便，最轻的一款只有10kg，可以直接放进汽车的后备箱，提到家里或是办公室。在环境污染日益严重的背景下，电动独轮车作为一种新型环保的代步工具，应当大力普及以缓解资源的消耗和空气污染。

电动独轮车的使用者有一半以上使用者都是青少年人群，因随易行电动独轮车从外观的结构、质感上来看完全能够抓住青少年想拥有它的表层需求，而其又炫又酷的配置也完全符合本年龄段所追求的需求根本，并且，独轮车又是一项集很强的技巧与表演性的运动，从心理上得到了“回头率”“时尚”的绝对性需求。

总体来说自平衡电动车在中国的市场还是比较乐观的，随着民众生活水平的提高，自平衡电动车的销量一定会出现成倍数的增加，这都是完全可能的。随着中国市场经济体制的高速发展，国民生活水平逐渐提高，城市化进程达到接近顶峰阶段，以及汽车销售量的不断走高，国内大中型城市的城市交通负担日益增大。以“安全出行”为主题概念的新型交通工具电动独轮车正渐渐进入公众视线。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国电动独轮车市场运营态势与发展前景分析报告》。内容严谨、数据翔实，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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 电动独轮车行业发展现状

第一章 中国电动独轮车行业发展概述 1

第一节 电动独轮车行业发展情况	1
一、电动独轮车基本概念	1
二、基本原理	3
三、电动独轮车行业发展情况	4
第二节 中国电动独轮车行业环境分析 (PEST)	5
一、国内宏观经济环境	5
二、国内宏观政策环境	38
三、国内技术环境	64
四、国内社会环境	66
第三节 2015年相关产业发展现状及问题分析	84
一、2015年相关产业运行总体情况	84
二、相关产业发展面临的困难和存在的主要问题	86
三、2015年相关产业发展环境分析	90
四、2015年中国互联网络发展状况	93
第四节 行业发展周期特征分析	95
第二章 中国电动独轮车行业的国际比较分析	101
第一节 中国电动独轮车行业竞争力指标分析	101
第二节 中国电动独轮车行业经济指标国际比较分析	102
第三节 全球电动独轮车行业市场需求分析	105
一、市场规模现状	105
二、需求结构分析	107
三、市场前景展望	107
第四节 全球电动独轮车行业市场供给分析	108
一、生产规模现状	108
二、产能规模分布	108
第二部分 电动独轮车市场需求分析	
第三章 应用领域及行业供需分析	109
第一节 需求分析	109
一、电动独轮车行业需求市场	109
二、电动独轮车行业客户结构	110
三、电动独轮车行业需求的地区差异	110
第二节 供给分析	111
第三节 供求平衡分析及未来发展趋势	112
一、电动独轮车行业的需求预测	112
二、电动独轮车行业的供应预测	114

第四章 电动独轮车产业链的分析	115
第一节 行业集中度	115
第二节 主要环节的增值空间	121
第三节 行业进入壁垒和驱动因素	121
第五章 区域市场情况深度研究	125
第一节 长三角区域市场情况分析	125
第二节 珠三角区域市场情况分析	125
第三节 环渤海区域市场情况分析	126
第六章 2016-2022年需求预测分析	128
第一节 2016-2022年电动独轮车行业领域需求产品（服务）功能预测	128
第二节 2016-2022年电动独轮车行业领域需求产品（服务）市场格局预测	129
第三部分 电动独轮车产业竞争格局分析	
第七章 电动独轮车市场竞争格局分析	130
第一节 行业竞争结构分析	130
一、现有企业间竞争	130
二、潜在进入者分析	130
三、替代品威胁分析	133
四、供应商议价能力	133
五、客户议价能力	134
第二节 行业集中度分析	136
一、市场集中度分析	136
二、企业集中度分析	141
三、区域集中度分析	143
第三节 行业国际竞争力比较	143
一、生产要素	143
二、需求条件	149
第四节 电动独轮车行业主要企业竞争力分析	153
一、国内重点企业资产总计对比分析	153
二、国内重点企业从业人员对比分析	154
三、国内重点企业全年营业收入对比分析	155
第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析	156
第一节 行业企业排名分析	156
第二节 产业结构分析	156
第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析	162
一、产业价值链的构成	162

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 164

第四节 产业结构发展预测 165

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析 165

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 167

三、中国电动独轮车行业参与国际竞争的战略市场定位 169

第九章 重点企业分析 173

第一节 上海不倒翁投资有限公司 173

一、主营业务及经营状况 173

二、历年生产规模、销售规模指标 174

三、主要市场定位 176

四、主要竞争优势分析 176

第二节 爱尔威智能科技有限公司 176

一、企业概况 176

二、主营业务及经营状况 177

三、历年生产规模、销售规模指标 178

四、主要市场定位 179

五、主要竞争优势分析 180

第三节 英凡蒂（北京）科贸有限公司 180

一、企业概况 180

二、主营业务及经营状况 182

三、历年生产规模、销售规模指标 182

四、主要市场定位 183

五、主要优势与主要劣势 183

第四节 英国摩本国际集团 184

一、企业概况 184

二、主营业务及经营状况 185

三、历年生产规模、销售规模、利润指标 186

四、主要市场定位 187

五、主要优势与主要劣势 187

六、市场拓展战略与手段分析 188

第五节 南京莱格威智能机器有限公司 188

一、企业概况 188

二、主营业务及经营状况 189

三、历年生产规模、销售规模、利润指标 189

四、主要市场定位 190

五、主要优势与主要劣势 190

第六节 天津富莱威科技有限公司 191

一、主营业务及经营状况 191

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 192

三、主要市场定位 193

四、主要优势与主要劣势 193

第七节 南京开拓汽车电子有限公司 194

一、主营业务与经营状况 194

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 195

三、主要市场定位 196

四、主要优势和主要劣势 196

第四部分 电动独轮车产业发展关键趋势与投资方向推荐

第十章 中国电动独轮车行业运行分析 197

第一节 企业数量结构分析 197

第二节 行业生产规模分析 198

第十一章 电动独轮车行业发展与投资战略分析 199

第一节 电动独轮车行业发展战略研究 199

一、战略综合规划 199

二、技术开发战略 201

三、业务组合战略 202

四、区域战略规划 204

五、产业战略规划 205

六、营销品牌战略 206

七、竞争战略规划 207

第二节 电动独轮车品牌战略研究 208

一、企业品牌的重要性 208

二、实施品牌战略的意义 209

三、品牌的现状分析 212

四、企业的品牌战略 214

五、品牌战略管理的策略 214

第三节 电动独轮车行业投资战略研究 215

第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势 217

第一节 市场整合成长趋势 217

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 218

第三节 企业区域市场拓展的趋势 218

- 第四节 科研开发趋势及替代技术进展 221
- 第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 221
- 第六节 中国电动独轮车行业SWOT分析 223
- 第十三章 电动独轮车企业市场策略研究 226
 - 第一节 企业经营管理策略 226
 - 一、成本控制策略 226
 - 二、定价策略 229
 - 三、竞争策略 232
 - 四、并购重组策略 233
 - 五、营销策略 233
 - 六、人力资源 236
 - 七、财务管理 239
 - 八、国际化策略 240
 - 第二节 经营策略分析 241
 - 一、电动独轮车市场细分策略 241
 - 二、市场创新策略 243
 - 三、品牌定位与品类规划 250
 - 四、电动独轮车新产品差异化战略 252
- 第十四章 2016-2022年电动独轮车行业投资风险分析 255
 - 第一节 政策和体制风险 255
 - 第二节 市场风险分析 256
 - 第三节 技术风险分析 257
 - 第四节 经营管理风险分析 258
 - 第五节 市场竞争风险 263
 - 第六节 资金短缺风险 263
- 第十五章 2016-2022年电动独轮车行业投资价值评估分析 266
 - 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 266
 - 一、产业发展的有利因素 266
 - 二、产业发展的不利因素 268
 - 第二节 产业发展的空白点分析 269
 - 第三节 投资回报率比较高的投资方向 269
 - 第四节 新进入者应注意的障碍因素 271
 - 第五节 营销分析与营销模式推荐 272
 - 一、渠道构成 272
 - 二、销售贡献比率 277

三、覆盖率 281

四、销售渠道效果 283

五、价值流程结构 285

图表目录：

图表：2011-2015年国内生产总值及其增长速度 6

图表：2011-2015年国内生产总值增长速度（累计同比） 7

图表：2011-2015年国内生产总值和增长速度 8

图表：2015年我国居民消费价格上涨情况（月度同比） 9

图表：2015年局面消费价格指数较上一年涨跌幅度 9

图表：2013-2015年工业生产者出厂价格涨跌幅情况 10

图表：2013-2015年工业生产者购进价格涨跌幅情况 11

图表：2013-2015年生产资料出厂价格涨跌幅情况 12

图表：2013-2015年生活资料出厂价格涨跌幅情况 12

图表：2015年工业生产者价格主要数据 13

图表：2011-2015年农村人均纯收入 15

图表：2012-2015年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） 16

图表：2011-2015年城镇人均可支配收入 16

图表：2012-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度 17

图表：世界各国恩格尔系数一览表 19

图表：2015年规模以上工业增加值增速 21

图表：2011-2015年建筑业增加值 22

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度 23

图表：2011-2015年全社会固定资产投资及其增长速度 24

图表：2015年固定资产累计投资增速 24

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 25

图表：2015年固定资产投资新增主要生产能力 25

图表：2015年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 26

图表：2011-2015年公共财政收入及其增长速度 26

图表：2011-2015年国家外汇储备 27

图表：2015年我国汇率变化情况 27

图表：2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 28

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表 30

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比） 31

图表：2015年社会消费品零售总额环比增速 31

图表：2015年全年社会消费品零售总额主要数据 32

- 图表：2011-2015年货物进出口总额 33
- 图表：2015年货物进出口总额及其增长速度 34
- 图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度 34
- 图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度 35
- 图表：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 35
- 图表：2015年非金融领域外商直接投资及其增长速度 36
- 图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 36
- 图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 37
- 图表：2011-2015年移动用户数量 38
- 图表：2015年末人口数及其构成 67
- 图表：2011-2015年城镇新增就业人数 68
- 图表：2011-2015年国内生产总值与全部就业人员比率 68
- 图表：2011-2015年农村居民人均纯收入 69
- 图表：2011-2015年城镇居民人均可支配收入 69
- 图表：2011-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 71
- 图表：2011-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出 72
- 图表：2011-2015年卫生技术人员人数 73
- 图表：产业生命周期图 96
- 图表：2015年主要经济指标国内外比较 105
- 图表：全球各主要经济体电动独轮车市场份额 106
- 图表：亚洲各主要国家电动独轮车市场份额 106
- 图表：目标客户群市场需求结构 107
- 图表：全球产能规模分布 108
- 图表：2013-2015年市场需求情况 110
- 图表：区域市场需求差异 111
- 图表：2016-2022年电动独轮车产量预测 112
- 图表：2016-2022年市场需求现状及预测 113
- 图表：2016-2022年市场供应现状及预测 114
- 图表：行业集中度计算公式 116
- 图表：长江三角洲地区电动独轮车市场情况 125
- 图表：珠江三角洲地区电动独轮车市场情况 126
- 图表：环渤海地区电动独轮车市场情况 127
- 图表：企业集中度情况分析 142
- 图表：区域集中度分析 143
- 图表：生产要素结构图 145

- 图表：销售模式销量占比 152
- 图表：国内重点企业资产总计对比分析 153
- 图表：国内重点企业从业人员对比分析 154
- 图表：国内重点企业全年营业收入对比分析 155
- 图表：2015年最好的五大自平衡独轮车品牌 156
- 图表：产业结构分析模型 158
- 图表：电动独轮车产业链图 164
- 图表：2013-2015年企业产量情况 174
- 图表：2013-2015年企业销量情况 175
- 图表：IPS各型号电动独轮车销售占比 175
- 图表：各型号产品市场定位 176
- 图表：2013-2015年企业产量情况 178
- 图表：2013-2015年企业销量情况 179
- 图表：各型号产品市场定位 179
- 图表：2013-2015年企业产量情况 182
- 图表：2013-2015年企业销量情况 183
- 图表：2013-2015年企业产量情况 186
- 图表：2013-2015年企业销量情况 187
- 图表：2013-2015年企业产量情况 189
- 图表：2013-2015年企业销量情况 190
- 图表：产品参数 190
- 图表：2013-2015年企业产量情况 192
- 图表：2013-2015年企业销量情况 193
- 图表：南京开拓汽车电子有限公司独轮电动车销量 195
- 图表：南京开拓汽车电子有限公司独轮电动车产量 196
- 图表：2013年电动独轮车企业分布情况 197
- 图表：各地区电动独轮车企业数量 198
- 图表：品牌在不同阶段品牌的特点图 211
- 图表：价值流程图 287

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201605/412959.html>