

中國電動車的過去、現在與未來

圖、文◎孫克爽

由江蘇自行車協會與蘇州自行車電動自行車行業協會聯合主辦，以「電動自行車的過去、現在與未來」為主題的電動自行車發展會議，於2005年12月16日假捷安特（中國）有限公司召開。

當天出席會議的貴賓包括中國自行車協會理事長王鳳和、江蘇自行車協會理事長陸金龍、蘇州自行車協會秘書長朱杏根、捷安特（中國）有限公司總經理鄭寶堂、以及業界人士與廠商代表。

會議由中國自行車協會理事長王鳳和先生針對「中國電動自行車的過去，現在與未來」作彙報發表看法。會議分為六個主題：1. 2005年電動自行車的生產情況預測；2. 電動自行車的功能定位，消費群體定位及銷售區域定位等；3. 電動自行車的市場前景；4. 電動自行車的標準；5. 電動自行車與國家十一五規劃問題；6. 企業的創名牌戰略。內容說明如下：

1. 電動自行車的生產預測

中國國家統計局「2005年1-10月份全國輕工業主要產品產量統計」資料顯示，2005年前10個月中國自行車產量為4,672.67萬輛，同比增長8.05%（統計口徑：規模以上企業）。10月份自行車產量為473.80萬輛，同比增長2.93%。

根據國家助力車專業委員會統計，1-10月份，56家電動自行車企業共生



▲中國自行車協會理事長王鳳和。

產了406.53萬輛，比去年同期增長了36.46%。其中由中國自行車協會推出的19家「信譽標誌」企業共生產了198.5萬輛。2004年，312家電動自行車企業共生產電動自行車676萬輛（包括不符合標準的輕型電動自行車）。電動車生產量最多的區域，按生產量由大到小排續：2005年以前為浙江-江蘇-天津-上海。2005年為江蘇-浙江-天津-上海。

2005年預計中國電動自行車生產總量在950萬輛左右，有望挑戰1千萬輛。其中950萬輛電動自行車符合產品標準的不低於450萬輛。19家「信譽標誌」企業中符合標準的在134萬輛，占19家企業總數的67.5%。

2. 電動自行車的定位和功能要求

(1) 功能定位：電動自行車是短途的代步工具，其活動半徑小於10公里。若長



▲左起：捷安特（中國）有限公司總經理鄭寶堂，中國自行車協會理事長王鳳和，江蘇自行車協會理事長陸金龍，蘇州自行車協會秘書長朱杏根。

途騎行，由於氣候、道路等問題，會致使人體部位感到不舒適；且電動自行車不具有自行車的運動健身功能。

- (2) 消費群體定位：對日本消費群體的抽樣調查，60% 為中老年消費群體，其次為上班族的女士和學生（針對學生消費群體，浙江省上市情況最快）。
- (3) 消費區域定位：因大城市為發展道路交通，提高運輸效率，節能和減小擁擠等問題，所以消費區域為中小城市為主。
- (4) 電動自行車的性能要求：
 - (a) 自重不大於 40kg。
 - (b) 沒電時騎行功能要好。
 - (c) 性能好，安全可靠。
 - (d) 維修方便簡捷。

3. 電動自行車市場前景

- (1) 中國有 13 億人口，城市人口約 5.428 億，農村人口約 7.570 億。中國 100 萬人口以上城市有 17 座，50-100 萬人口城市有 279 座，50 萬人口以下城市有 210 座，其中小城鎮有 20,600 座。
- (2) 根據國家統計局統計，2004 年自行車社會保有量為 5 億輛，城市約為 2.52 億輛，農村約為 2.48 億輛。按人口算（宏觀），老年人市場可容納自行車量，據 2004 年底統計 65 歲以上老年人口約 9,857 萬人，60 歲以上的老年人口占總人口數的 10%。因此自行車內需潛在市場巨大。
- (3) 根據自行車協會對自行車銷量的 12

年追蹤，國家統計局每百戶擁有量推算，自行車銷售量內需呈下降趨勢。城市每百戶擁有量：2001 年為 165.4 輛，2002 年為 142.7 輛，2003 年為 143.6 輛，2004 年為 140.2 輛。農村每百戶擁有量：2001 年為 120.8 輛，2002 年為 121.3 輛，2003 年為 118.5 輛，2004 年為 118.1 輛。其中運動休閒類自行車銷量緩慢增長，自行車每年內銷量在 2,200 萬輛左右。電動自行車內銷量在 2003 年約 4 百多萬量左右，2004 年約 676 萬輛。

4. 關於依法生產電動自行車

- (1) 市場經濟不是無序的、無政府經濟，也受到法律的約束，在法律的框架下生產生活，依法行使權力和義務，創造和諧安定的社會。
- (2) 根據《中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例》規定：銷售或者在經營活動中使用未取得生產許可證的列入目錄產品的，責令改正，處 5 萬元以上 20 萬元以下的罰款；有違法所得的，沒收違法所得；構成犯罪的，依法追究刑事責任。
- (3) 關於電動自行車的標準：《2005 年自行車管理條例》修正自行車車輛中不能含有石棉。規定電動自行車總重量不得超過 40 公斤，其構造和外形式樣與二輪自行車相同，最高時速不能超過 20km/hr.，國際標準不能超過 25km/hr.。電動自行車鞍座要安裝專用式鞍座。

5. 自行車行業如何貫徹十一五規劃問題

中國家企業以民營外資為主體，民營企業占 72%，外資企業占 23%，股份制企業占 4%，國有企業約占 1%。

(1) 據中國海關統計資料顯示：今年 1-9 月自行車整車共出口到 171 個國家或地區，列前三位的是美國、日本、印尼，共占總出口量的 55%，分別為 1,525、606、164 萬輛。出口美國的數量同比增長為 12.43%、日本為 0.36%、印尼出口數量同比減少 15.37%。出口的地區主要集中在亞洲和北美洲，出口量分別占總量的 40.16% 和 37.35%。歐盟對中國自行車出口徵收 48.5% 的統一反傾銷稅；目前歐盟對中國電動自行車的出口尚未徵收反傾銷稅（因電動自行車稅則放在摩托車稅則內）。

(2) 現今市場化程度高，競爭激烈，十一五規劃提出：

(A) 增強自主創新能力：a. 以科學發展觀統領指導業界發展，研究問題既考慮長遠，也要考慮當前。b. 企業和社會責任相結合。c. 貫徹自主創新能力，提升產品結構。d. 原始創新，集成創新，跟進創新相結合。

(B) 建設節約型社會：國家資源有限，因此需要：a. 提高產品質量，延長使用壽命。b. 產品不要過度包裝。c. 倡導文明的消費模式。

(3) 加大環保力度建設環境友好型社會。

6. 關於企業創名牌戰略

中國自行車企業已申報的有 1,031 家，其中電動自行車產量最大的企業沒有

年產超過 30 萬輛的。由於人民生活水平的提高，電動自行車需要消費者的認知認可。一方面，零部件和整車互動，使用名牌零件組成名牌整車。另一方面，行業宣傳要有把握，不可誇大。好的企業應該選擇強勢的媒體做宣傳。

中國自行車行業協會為引導消費者買到質量可靠的產品，推動企業加強管理和電動車健康發展，提出了「信譽標誌」產品，表明其產品質量達到國家標準，企業有良好的售後服務體系，嚴格履行本企業的產品保修規定。

2006 年榮獲 CBA 電動自行車信譽標誌品牌

廠商名稱	產品品牌
上海依萊達電動車有限公司	依萊達牌
上海千鶴電動車有限公司	千鶴牌
上海永久股份有限公司	永久牌
上海傑寶大王電動車有限公司	傑寶、大王牌
天津市邦德電動車有限公司	邦德牌
天津市建威電動車製造有限公司	彪牌
天津富士達電動車有限公司	富士達牌
北京新日電動車製造有限公司	新日牌
江蘇新大陸車業有限公司	麥德發牌、寶龍牌
南京大陸鵠科技股份有限公司	大陸鵠牌
浙江千禧工貿有限公司	小飛哥牌
浙江臥龍科技股份有限公司	臥龍牌
捷安特（中國）有限公司	捷安特、新耐迪牌
深圳中華自行車（集團）有限公司	阿米尼牌
嘉興市菲利浦車業有限公司	菲利浦牌
鳳凰股份有限公司	鳳凰牌
濟南英克萊電動車有限公司	英克萊牌
蘇州小羚羊電動車有限公司	騰羚牌
蘇州奔集動力有限公司	奔集牌
瓊辰（龍口）實業有限公司	瓊辰牌
淄博安琪爾電動車廠有限公司	安琪爾牌
蘇州市吳中區和平實業有限公司	和平牌
耀馬車業（中國）有限公司	雅哥弟牌
天津大安電動車有限公司	大安、羅納多牌

* 經中國自行車協會審查獲得 2006 年度信譽標誌 24 家標準企業及其產品。