

# 中國鋰電自行車的市場機遇與風險



主講◎余世光、圖、文◎編輯部

## 一、鋰電自行車的機遇

### 1. 產品的機遇

鋰電自行車技術含量高，是針對知識型人士開發的兩輪車；鋰電池的技術重點：正極材料、隔膜、電解液、小包裝材料等。鋰電隔離膜是鋰電產業鏈技術門檻最高的環節。鋰電自行車輕巧長壽命，是針對中老年女性和白領女性開發的兩輪車。鋰電自行車小巧便捷，是針對大中城市擁擠的道路開發的兩輪車。鋰電自行車產品的現在狀況，安全問題基本解決、電池性能基本滿足出行需要，使用價格、壽命比鉛酸要高。鋰電自行車產品的未來趨勢應朝「人性化」、「自動化」、「智能化」、「輕量化」方向發展，裝備技術水平將更加先進。

### 2. 市場的機遇

鋰離子電池代替鉛酸電池和鎳氫電池是必然趨勢，隨著價格持續下降，鋰離子電池取代鉛酸電池和鎳氫電池的速度加快。在消費電子領域，鋰離子電池幾乎完全取代了後兩者。智能手機電池需求今年增速



▲主講人：中國自行車協會信息中心主任余世光。

約 50%，平板電腦市場對鋰電的需求今年增速超過 230%，明年將繼續高速增長。在電動工具領域滲透率約為 70%，接下來取代的領域依次是電動自行車電池、UPS、電動汽車和電網儲能。我們的數據顯示，鋰電在電動自行車電池市場的滲透率 2011 年約為 2.5%，在價格大幅下降和鉛酸電池行業整頓的背景下，鋰電子電池的性價比優勢將越發明顯，滲透率將出現快速增長。

具體來看，去年上半年，一組自行車鋰

電價格為 1,200-2,000 元，而目前鋰電池降為 800-1,200 元。自行車鉛酸電池目前價格為 400-600 元，價格優勢不斷下降。

我們預測到 2015 年，鋰離子電池在電動自行車領域的滲透率將達到 20-30%，形成 60-90 億元的市場規模，對整個鋰離子電池市場規模的提升幅度達到 15% 以上。以上預測的依據是：

- (1) 電動自行車將替代自行車作為代步工具。
- (2) 鋰電自行車市場份額很少，還有許多市場處女地待開發。2011 年中國電動自行車 3,097 萬輛，鋰電自行車只佔 3%。
- (3) 城市公共交通擁擠，中老年消費者和白領女性轉向個人交通工具出行將越來越多，鋰電自行車輕巧、便捷是女性首選。
- (4) 機動車油價不斷上漲，開車族轉向個人交通工具將明顯增加，鋰電自行車技術含量高，產品檔次高，是開車族首選。



▲鋰電池48V/23Ah。

▲鋰電池36V/8.6Ah。

### 3. 政策的機遇

- (1) 國家重點鼓勵產品：中國國務院總理溫家寶 4 月 18 日主持召開國務院常務會議，討論通過《節能與新能源汽車產業發展規劃（2012-2020 年）》，2011 年國家九部委聯合發文，加強鉛酸蓄電池生產整治管理。
- (2) 管理部門支持的產品：電動自行車標準修訂，各地車輛管理部門加強電動自行車管理。

## 二、鋰電自行車的風險

### 1. 安全、質量的風險

- (1) 鋰電池產品的安全是基礎。
- (2) 鋰電池產品的性能是根本。
- (3) 鋰電池產品的壽命是目標。
- (4) 鋰電池產品的使用是關鍵。
- (5) 鋰電池產品的服務是保障。

### 2. 資金投入的風險

- (1) 產品投入資金比較大。
- (2) 市場投入資金比較大。
- (3) 服務投入資金比較大。
- (4) 有高風險就有高回報。

### 3. 市場成長的風險

- (1) 市場升溫時間要多長？
- (2) 市場普及區域有多大？
- (3) 市場延續日期有多久？

## 三、如何經營鋰電自行車產品

### 1. 鋰電自行車經營定位要準確

- (1) 消費對象定位（賣給誰）：電動自行車由低層次消費轉向中高層次消費，由一般銷售轉向文化推廣。重點對象是中年人、白領人士、知識分子、工程技術人員等。
- (2) 產品定位（賣什麼）：是銷售全電動型鋰電自行車還是銷售智能型鋰電自行車。
- (3) 區域定位（賣哪裡）：重點是沿海城市、大中型城市、中高檔生活區域、大學、機關、商務區域等。
- (4) 銷售模式定位（怎樣賣）：由店面銷售調整為俱樂部銷售模式，由推銷、促銷模式調整為會員制模式，由門面銷售調整為電子商務加專賣店模式。
- (5) 價格定位（賣啥價）：價格定位是越高越好，還是越低越好，還是有適當的利潤。

### 2. 鋰電自行車服務要到位

- (1) 服務內容：包括產品宣講、使用培訓、信息交流、騎行活動、服務跟蹤、產品保養、產品維修等等。
- (2) 服務形式：由被動服務轉變為主動服務，由室內服務轉變為室外服務，由紙面宣傳轉變為親身體驗，由瞬間服務轉變為長效服務。



- (3) 服務手段：包括何時服務、何地服務、如何服務、由誰服務等。
- (4) 服務環境：包括：服務門面、場所佈置、場所衛生、場所休息。
- (5) 服務報酬：收費標準、收費內容、收費條件、收費對象等。

## 四、結論

綜上所說，鋰電自行車是一個科技含量高，技術要求高，節能環保無污染，政府支持的產品項目；是一個市場潛力大，消費層次高，附加值高的很有誘惑力的產品。在當今世界，鋰電產品代表一個國家、一個行業、一個企業的技術能力和水平。作為中國鋰電自行車產業的經營者，有責任、有義務做好鋰電自行車的升級、推廣、服務、維護工作。

