

中國電動自行車 市場現況分析

主講◎余世光、圖、文◎編輯部

據統計，中國自行車的社會在用量為 1.5-2 億輛，按照 2010 年中國人口統計報告，平均每百人擁有 11.19 輛自行車，每百戶擁有 37.5 輛自行車；中國電動自行車的社會在用量約 1.1 億輛左右，按照 2010 年中國人口統計報告，平均每百人擁有 8.2 輛電動自行車，每百戶擁有 27.5 輛電動自行車。

1. 農村電動自行車市場

政府電動自行車下鄉補貼的政策，將吸引更多的農村消費者購買電動自行車。

2. 電動自行車更新市場

中國電動自行車產銷量已達連續 5 年超



過 2,000 萬輛，按電動自行車平均使用壽命 5 年，每年電動自行車需要更新約 2,500 萬輛。

3. 中高檔電動自行車市場

中國電動自行車產銷量每年 2,500-3,000 萬輛，但是中高檔的電動自行車只佔 2.5-3%。如果每年鋰電自行車和智能型電動自行車的產銷量能提增 2-5%，就有 60-150 萬輛產量和 18-45 億人民幣的銷售額，有很大的市場空間和潛力。

良好的產業政策

1. 政府支持自行車騎行

- (1) 城市道路交通規劃和實施自行車의 專用道，保證騎車人的人身安全。
- (2) 政府在城市各區域建立多個自行車存取點，存取點間隔不大於 5km。
- (3) 政府建立自行車租賃點，雇請專人負責對車輛進行維修管理。

2. 政府支持電動車產業發展

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）》。要以純電驅動為汽車工業轉型的主要戰略取

向，爭取到 2015 年，純電動汽車和插電式混合動力汽車累計產銷量達到 50 萬輛，到 2020 年超過 500 萬輛。

- (1) 加大投入鋰電池開發項目。
- (2) 鼓勵使用鋰電自行車產品。
- (3) 政府從嚴整治鉛酸蓄電池生產和廢舊處置。

3. 政府加強電動自行車管理

- (1) 上海等地嚴格禁止超標電動自行車銷售
- (2) 政府管理電動自行車上牌工作。
- (3) 北京市從 5 月 1 日禁止鉛酸電動自行車銷售。

寬鬆的經營環境

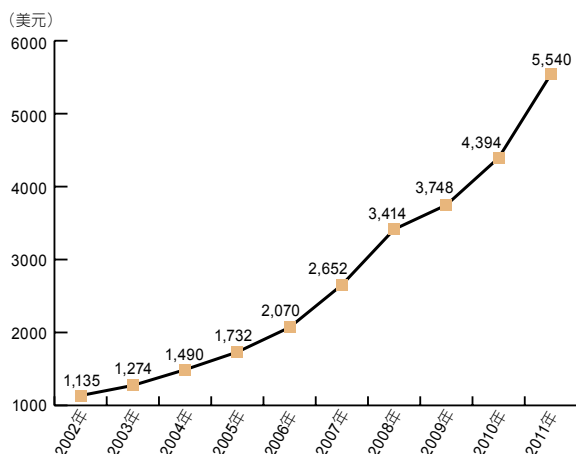
1. 中國經濟平穩發展

中國改革開放 30 多年來，經濟持續平穩發展，GDP 進入世界前二位，人民幣兌美元的匯率逐步上升，CPI、PPI 指數逐步回落，經濟一片繁榮。

2. 中國的自行車文化氛圍日漸濃厚

中國的自行車騎行文化在社會民間快速傳播，全國各地自行車騎行愛好者的隊伍

GDP 每年增幅 8% 以上，人均收入每年提升
2002 年-2011 年中國人均 GDP



不斷擴大，自行車旅遊、休閒、鍛鍊、綠色宣傳已成為社會的時尚。不難發現，中國自行車文化推廣日益普及、自行車騎行實施日益完善，且自行車騎行氛圍日益濃厚。

3. 中國有完整的自行車、電動自行車零部件生產體系

中國自行車、電動自行車經過 70 多年的生產實踐積累，從原材料開始到零部件出品，已經形成了相當成熟的生產體系，包括專業化生產、規模化生產以及自動化生產。

鼓勵技術進步和保護知識產權

1. 鼓勵技術進步創新

政府出臺各種政策，鼓勵企業技術進步，支持和表彰企業技術創新。包括減免所得稅，銀行貼息貸款，評定技術創新企業等等。

2. 鼓勵專利申請

國家知識產權局的數據顯示，2010 年中國專利申請量比 2009 的 97.7 萬件，增長 17.9%。

世界知識產權組織 (WIPO) 2012 年 3 月 5 日在日內瓦公佈的數據顯示，2011 年共接到 18.19 萬件國際申請專利，較上年增長 10.7%，其中，中國的國際專利申請較 2010 年增加 33.4%，連續兩年增速超過 30%，增速在主要專利申請國中保持第一。

3. 保護知識產權

從 1980 年至今，中國已建立起以著作權法、專利法、商標法等為代表的知識產權法律制度，並相繼加入「保護工業產權巴黎公約」等一系列知識產權保護國際公約。中國在 2008 年頒布實施了「國家知識產權戰略綱要」。國家商務部的數據顯示，2010 年中國共開展執法行動 35 項。全

國立案 114280 起，涉案金額 37.33 億元。過去五年中，中國民眾對版權認識度已從 2006 年的 60.6% 上升到 2010 年的 75%，並有望在未來五年中提高到 80% 以上。

正處在產業調整發展期

1. 產品結構調整時期

- (1) 百姓代步工具由自行車轉向電動自行車。
- (2) 百姓休閒工具由機動車向中高檔自行車。
- (3) 百姓兩輪交通工具轉向電動四輪交通工具。

2. 產品升級換代時期

- (1) 黑色金屬材料向有色金屬材料升級，金屬材料向非金屬材料升級（鋰電池、新材料）。
- (2) 一般零部件配置向中高檔零部件配置升級（壽命長、性價比高、能量比高）。
- (3) 一般用途的產品向特殊用途的產品升級（輕、精、新、巧）。

3. 產品技術進步時期

- (1) 可靠性技術的進步（安全裝置、控制系統）。
- (2) 智能化技術的進步（智能化、自動化）。
- (3) 輕量化技術的進步（人性化、輕量化）。

海外企業在中國的挑戰

1. 中國文化的挑戰

- (1) 民族性格的挑戰。
- (2) 宗教文化的挑戰。
- (3) 禮儀語言的挑戰。

2. 海外企業在中國做投資將面臨的挑戰

- (1) 中國消費習慣的挑戰
 - a. 品牌認同習慣（認舊認老認國貨）。
 - b. 商品選購習慣（認價認式認功能）。

- c. 商品使用習慣（省力省時省方便）。

(2) 中國市場經濟初級階段的挑戰

- a. 模仿製品的挑戰（仿款式、仿功能、仿技術）。
- b. 價格競爭的挑戰（低質、低價、低品位）。
- c. 企業誠信的挑戰（虛廣告、虛承諾、虛服務）。

(3) 中國社會管理方式的挑戰

- a. 電動自行車上牌目錄的管理。
- b. 管理部門監督抽查的管理。
- c. 生產許可證的管理。

3. 海外企業在中國做採購貿易將面臨的挑戰

(1) 觀念的挑戰

- a. 合作雙方的觀念要進行溝通、碰撞。
- b. 合作雙方要相互理解、包容，尋找共同點。
- c. 合作雙方要求大同存小異。

(2) 品質穩定性的挑戰

- a. 產品質量一致性。
- b. 產品質量穩定性。
- c. 產品質量可靠性。

(3) 新產品開發及時有效性的挑戰

- a. 新產品開發能力。
- b. 新產品開發程序。
- c. 新產品開發有效。

(4) 供貨能力的挑戰

- a. 供貨時間保障。
- b. 供貨數量保障。
- c. 供貨品種保障。

整體來說，世界自行車、電動自行車的生產中心在中國，是企業家拼搏的戰場。世界自行車、電動自行車的貿易中心在中國，是企業家賺錢的場所。在中國，機會與挑戰共存，風險與贏利同在。機不可失，時不再來，誰爭得第一，誰就贏得第一。

