

電動二輪車 業界分析レポート

2024

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON ELECTRIC SCOOTER

MARKET
ANALYSIS

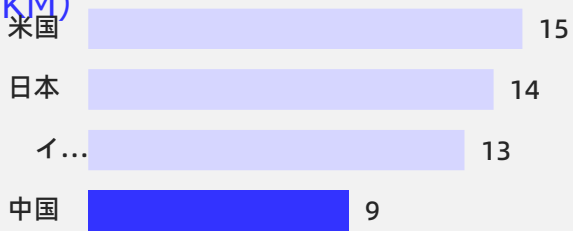
MICR



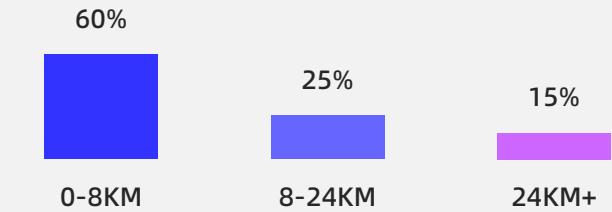
01. 電動二輪車、日常の短距離移動ニーズに完全対応

- 短距離移動は日常的な移動の最も主要な形態である。都市化の発展に伴い、人々の行動半径は絶えず大きくなっているが、短距離移動の移動手段は依然として主要な範囲をカバーすることができる。核心的国の移動データから、平均通勤半径は15kmより高いことがわかり、バイク、電動二輪車などの移動手段は、毎日の短距離移動の移動ニーズによりよく適合することができる。

2021年の国別平均片道通勤距離（KM）



2021年米国の1日当たり通勤距離の割合



02. 2024年新国家標準がニーズを牽引

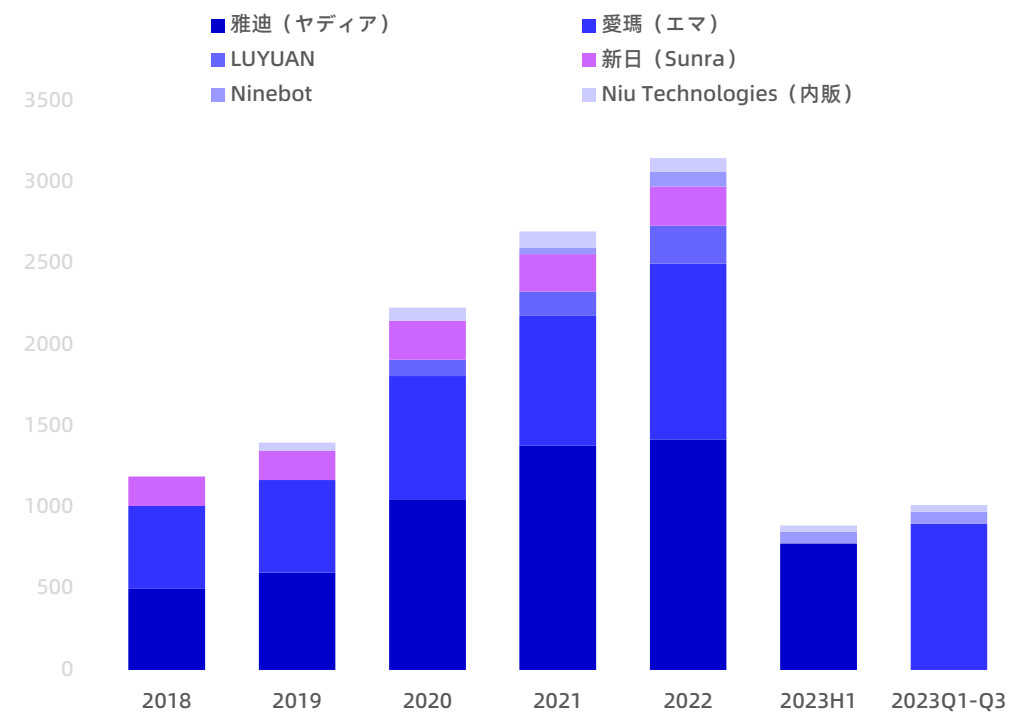
- 2024年は新国家標準の過渡期の最終年で、各地の政府は、異なる程度で規制を強化する見込みである。たとえば、電動二輪車の保有量が多い江蘇省では、現在、一部の補助措置が導入されており、2024年には電動二輪車の買い換えを推進することが目的である。また、江西省や山西省などの地域でも、2024年に新国家標準の政策が期限切れとなる。
- 2024年の新国家基準への強制切り替えは、依然として業界総量を引っ張る役割を果たすだろうが、長期的には業界総量への寄与は年々弱まると予想される。

過渡期の最終年	過渡期の締切日	省	都市
2023 年	2023 年3月1日	湖南	長沙、湘潭、株洲等
	2023 年4月14日	雲南	昆明
	2023 年8月31日	広西	南宁
	2023 年12月31日	江西	贛州
	2023 年 12月	安徽	合肥
2024 年	2024 年4月14日	江蘇	揚州、無錫、徐州等
	2024 年4月14日	山西	忻州
	2024 年9月30日	江西	新余

03. 電動二輪車の市場規模、2023年には5,500万台に到達

- 現在、中国の電動二輪車の保有台数は3.25億台を突破し、市場競争は熾烈である。2023年電動二輪車の総販売台数は5500万台で、そのうち、愛瑪（エマ）、雅迪（ヤディア）の年間販売台数は1000万台を突破し、TAILGは700万台を突破し、LUYUAN、新日（Sunra）、LIMA、小刀XDAOなど8社の年間販売台数は100万台を突破し、業界のトップ10ブランドは総販売台数の85%を占めている。

電動二輪車の市場規模（万台）



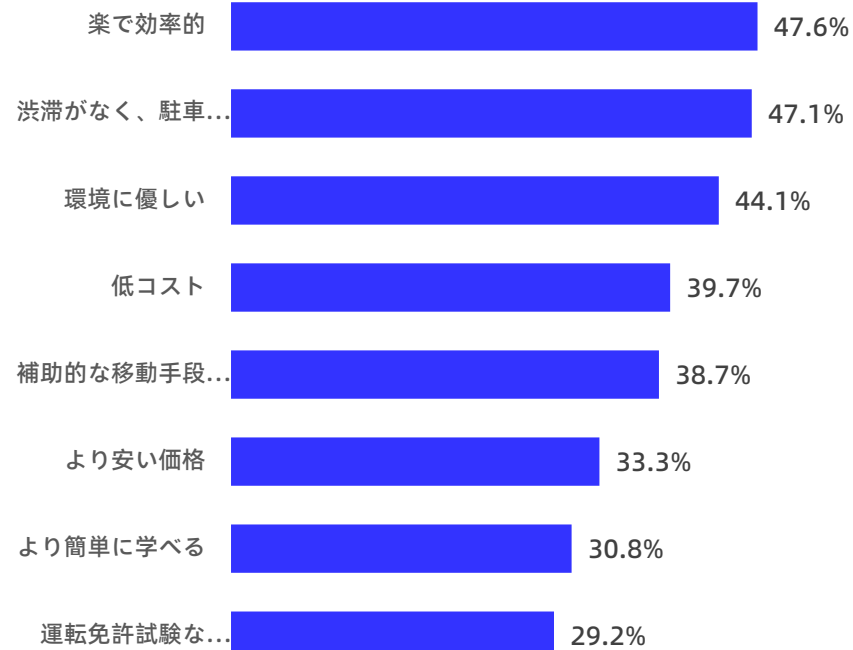
電動二輪車の主流ブランドの技術開発プロセス

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
雅迪			初めて「より高級な電気自動車」を取り上げる	グラフェン電池の開発に着手			グラフェン電池を発売	グラフェン電池、突極機モーターを発売。ミッドレンジとハイエンド市場に焦点を当てる。グラフェン電池、突極機モーターを搭載	冠能IIとハイエンドVFLYシリーズを発売	冠能III、IVの発売による高級化の継続。ハイエンドのシェアは39%の見込み 川上のバッテリーを伸ばし始める	サブライチエーンの最適化+双升双降(冠能Vを発売)
愛瑪				サブブランドpoweldddを立ち上げる			ボッシュと契約グラフェン専用バッテリーを発売		エンジンMAXシリーズ発売 サブブランドSportmanの再始動	高級化を進める。ハイエンドのシェアは30%の見込み	サブライチエーンの最適化
Ninebot	インテリジェントな二輪電動バランススクーター「NinebotE」を発売			スマート電動スクーター「Mijia電動スクーター」を発売		サービスロボット「路明」を発表	スマート電気自動車「E、Cシリーズ」発売 全地形対応車発売		スマート電気自動車AシリーズとNシリーズを発売	MMaxとFシリーズを発売し、都市市場に取り組み、下沈市場を無視	Qシリーズ、Fシリーズ、Vシリーズを発売
Niu Technologies			インテリジェント・リチウム電池の時代を切り開くUQiシリーズを発表	MQiシリーズ発売	UQiシリーズ発売			GOVAシリーズ発売、価格帯を低める	スクーター発売		

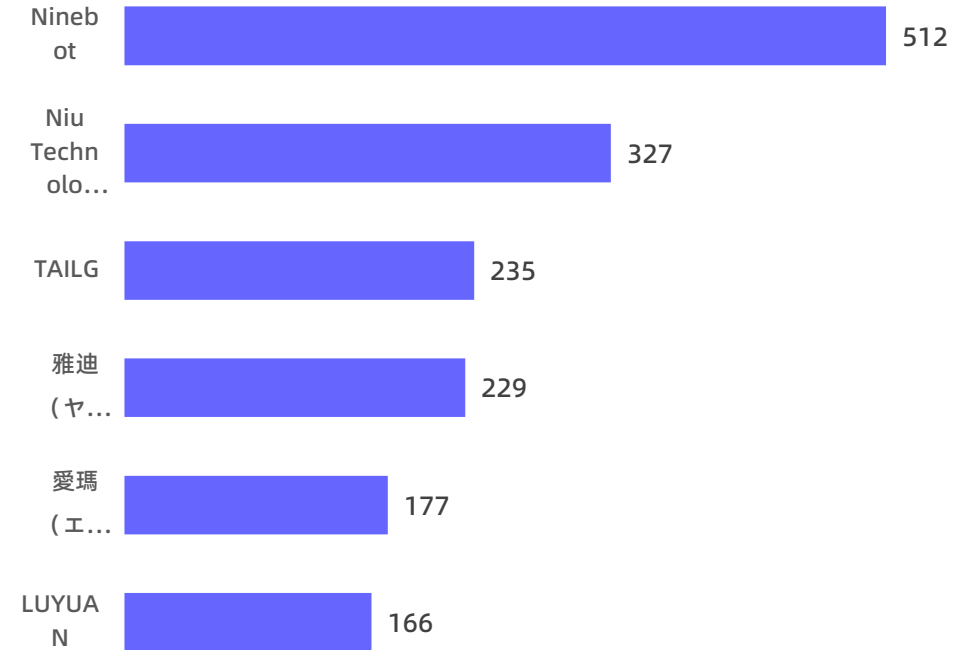
04. 長駆動時間と智能化状況が電動二輪車産業の競争力を測る

- 耐久消費製品として、電動二輪車の核心消費点は依然として日常の通勤である。智能化は電動二輪車業界の全体的な発展傾向であり、消費者により良い経験を与える一方、価格上昇の下で製品構造のアップグレードをもたらす。電動二輪車のリチウムイオンと智能製品構造のアップグレードの流れの下で、製品価格はさらに上昇する。

オーナーが電動二輪車を購入する理由



各電動二輪車ブランドの智能化採点



05. 大手ブランドは製品作りに努力を続けている

- 各社の製品が力を入れている。ユニバーサルモデル車の川上と川下への把握能力が異なる第一段階と比較して、第二段階では製品独自のセールスポイントに、より重要視されている。ヤディは、モーター、バッテリー、システムの自己研究のためのラボを設立し、性能向上の道をリードしている。その智能化レベルは新規車製造勢力にも劣らなく、備蓄もたくさん。Ninebotは、インテリジェント黒技術電子3Cアプリケーションの視点に焦点を当て、業界のベンチマークとなっていた。

		雅迪（ヤディア）	愛瑪（エマ）	新日（Sunra）	Ninebot	Niu Technologies
性能	モータ	TTFARモーター（自社開発）、高いエネルギー効率、低損失、走行距離を考慮するミッドドライブモーター、優れたバランス、ギア+チェーンドライブ、効率的な稼働、より良い操作、ホイールマウントモーター、減速機・コントローラ・モーターのスリーインワン、デュアル制御アルゴリズムを考慮した電力燃費は、高速加速	エンジンMAX集束モーター:エネルギー密度+連続エネルギー収集、損失は15%減少、トルクは15%増加	周波数変換パワーモーター: 広い高効率の区間、より多くのパワー、より長い走行距離、3つのスピード、ライディングスピードに合わせて自由に切り替え可能	Ninebot特注ブラシレスモーター	NIUxBOSCHが共同モーターに調整・キャリブレーションを行う:出力、瞬時トルク、エネルギー効率を大幅に向上
	バッテリー	TTFARグラフェンⅢは、体積は同じで容量が25%アップ。TTFAR炭素繊維・リチウムイオンは、長寿命でエネルギー密度が高い（軽い）。TTFARウルトラナノ・リチウムイオンは、高い充放電レートを持つ	長寿命グラフェン・バッテリー:通常のバッテリーより20%高いエネルギー密度、寿命延長	新世代の車載用リチウム電池:高速乗用車用リチウム電池の基準に従って開発・生産され、より安全で、重量は鉛電池の1/4しかなく、1500回の充放電後も容量保持率は70%以上	Ninebot特注鉛蓄電池: Ninebot特注18650リチウム電池	
	エネルギーリカバリー	TTFARエネルギー回生コントローラーは、下り坂、横滑り、ブレーキから運動エネルギーを回収し、バッテリーに蓄える	CES特許のブレーキ・エネルギー回生:ブレーキの運動エネルギーを電気エネルギーに変換し、効率を10%向上	走行中充電技術:スライディングモードとブレーキ・モードで、磁気電気によりバッテリーを逆充電	EABSエネルギー回生ブレーキ:減速時や制動時に運動エネルギーを電気エネルギーに変換して蓄える	EBS運動エネルギー回生:ブレーキをかけるたびに運動エネルギーが発生し、それを電気エネルギーに変換する
	システム	TTFAR 2.0レンジエクステンダー・システムは、1回の充電で走行時間を2倍に延長できる	車両のLED低エネルギー・スタンバイ・システム:エネルギー損失を50%削減し、明るさを30%向上	デュアル芯デュアルパワーシステム:効果的に巻線係数を増加させ、高トルクゾーンは10%以上効率的	TCSトラクション・コントロール・システム:滑りやすい路面でトラクションを発揮し、ホイールスピンを防ぐとともに、加速と登坂能力を向上させる	第7世代NIUEnergyAIリチウムイオンパワーシステム:総合的にバッテリーの駆動時間、パワー、寿命、セキュリティおよびその他の性能指数を向上させる
知能	知能化	インテリジェントドライビング:クイックロック解除（声紋、ブルートゥース、NFC、APP）、ナビゲーションスクリーンキャスト、音声対話、スマートブルートゥースヘルメット、ライドセンシング、パーキングセンシング、プッシュアシスト、セルフセンシングライト	インテリジェントドライビング:クイックロック解除（NFC、APP）、SDSインテリジェント勾配認識、ワンタッチリバース	インテリジェントドライビング:クイックロック解除（指紋、ブルートゥース、NFC、APP）、インテリジェント・アクセルコントロール、ワンタッチ・リバーシング、ボイスコントロール、オートロック、ASPパーキングシステム、セルフセンシングライト	インテリジェントドライビング:クイックロック解除（パスワード、ブルートゥース、NFC、APP）、ライドコントロール、パーキングセンサー、ワンタッチバック、アシストプッシュ、セルフセンシングライト、Siriコントロール、AHRS姿勢検知システム、転倒アシスト、オートPシフト	インテリジェントドライビング:クイックロック解除（ブルートゥース、NFC、APP）、ライドセンシング、ナビゲーションスクリーン、パーキングセンサー、FOCベクトルコントローラー、セルフセンサーライト、オートターンバックライト
		インテリジェント車両状態:車両セルフチェック、3モード衛星測位、電子フェンス、アカウント共有、モーション検知、遠隔車両操作、急速充電、BMSインテリジェント・バッテリー・マネージャー、車両OTA	インテリジェント車両状態:モーション検知、遠隔車両操作、車両セルフチェック	インテリジェント車両状態:モーション検知、遠隔車両操作、車両セルフチェック、アカウント共有、BMSインテリジェント・バッテリー・マネージャー、車両OTA	インテリジェント車両状態:3モード衛星測位、モーション検知、遠隔車両操作、車両セルフチェック、傾斜警報、アカウント共有、バッテリー切断リマインダー、BMSインテリジェント・バッテリー・マネージャー、車両OTA	インテリジェント車両状態:3モード衛星測位、モーション検知、遠隔車両操作、車両セルフチェック、傾斜警報、アカウント共有、窃盗ブラックリスト、BMSインテリジェント・バッテリー・マネージャー、車両OTA

06. 大手自動車企業のマタイ効果が浮き彫りに

- 大手自動車企業のほうでは、ヤディアとエマ2022年の販売台数は1000万台を突破し、販売規模は業界の他の部分と大きなギャップを開いていた。業界のリーダー雅迪2023年上半期の販売台数は821万台、前年同期比34%増、売上高の伸び率は依然として業界全体の水準よりも高く、マタイ効果を呈しており、エマ2023年第1四半期から第3四半期の売上高が鈍化し、前年同期比1%の増となると予想され、あるいは利益率を確保し、積極的にプロモーション割引を開始する。
- 新規自動車企業の面では、2023H1Ninebot二輪車販売台数はNiu Technologiesを超え、チャネル拡大で売上高の伸び率も業界全体よりはるかに高い。Niu Technologiesは販売圧力を受け、ブランドの動向は明確に差別化されている。

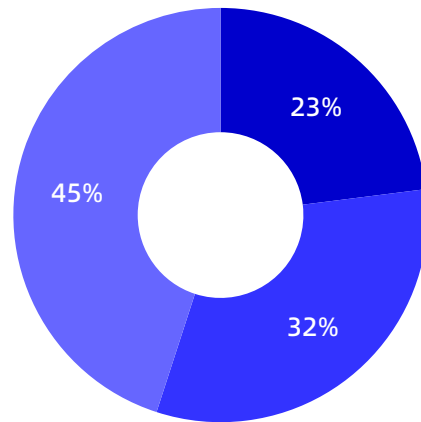
大手自動車企業が安定、新規自動車企業が差別化							
販売台数（百万台）	2018	2019	2020	2021	2022	2023H1	2320Q1-Q3
雅迪（ヤディア）	504	609	1080	1386	1401	821	
YOY		20.9%	77.3%	28.3%	1.1%	33.8%	
愛瑪（エマ）	510	566	796	867	1077		916
YOY		11.0%	40.6%	8.9%	24.2%		1.0%
LUYUAN			147	195	242		
YOY				32.0%	24.0%		
新日（Sunra）	164	170	254	229	259		
YOY		3.7%	42.6%	-10.1%	13.2%		
Ninebot			11	42	83	54	61
YOY				281.8%	96.7%	76.0%	85.0%
Niu Technologies（内販）		39	57	99	71	26	23
YOY			42.6%	72.7%	-28.1%	-21.0%	-12.4%
Niu Technologies（海外販売）		3	3	5	12	4.6	3.5
YOY			42.6%	73.6%	142.6%	7.1%	-38.4%
業界	3220	3680	4760	4350	5010		
YOY		14.3%	42.6%	-8.6%	15.2%		

大手自動車企業とその他企業の業績には大きな開きがある										
	売上高（億元）					親会社株主に帰属する純利益（億元）				
	2019	2020	2021	2022	2023H1	2019	2020	2021	2022	2023H1
雅迪（ヤディア）	119.73	193.77	269.87	310.86	170.64	5.16	9.87	13.69	21.61	11.88
YOY		61.8%	39.3%	15.2%	21.3%		85.4%	43.0%	57.8%	32.1%
愛瑪（エマ）	104.24	129.05	153.99	208.02	102.17	5.22	5.99	6.64	18.73	8.95
YOY		23.8%	19.3%	35.1%	8.3%		14.8%	10.9%	182.1%	29.7%
Ninebot		4.32	12.01	24.31	15.75					
YOY			177.9%	102.4%	69.4%					
LUYUAN	25.01	23.88	34.30	48.03		0.70	0.40	0.59	1.18	
YOY		-4.5%	43.6%	40.0%			-42.1%	47.1%	99.2%	
新日（Sunra）	30.56	50.69	42.81	49.04	20.21	0.71	1.02	0.11	1.62	0.47
YOY		65.9%	-15.5%	14.5%	-15.0%		44.8%	-88.9%	1326.2%	-28.3%
Niu Technologies	20.76	24.44	37.05	31.69	12.46	1.90	1.69	2.26	-0.49	-0.62
YOY		17.7%	51.6%	-14.5%	-11.2%		-11.3%	33.9%	-121.9%	309.1%

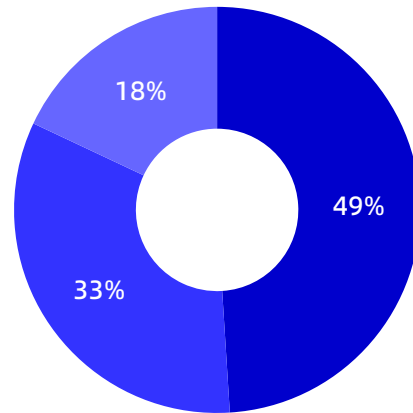
07. ピークシーズンにおける市場の全体的な二極化

- 2023年のピークシーズン売上は市場全体の49%を占め、成長を達成したディーラーは23%であった。市場は依然として販売ピーク期に好調に推移しており、これが年間を通じての業界販売の着実な成長を支える重要な要因となっている。
- ピークシーズンにおける消費者市場の売上高は二極化しており、ピークシーズンの売上高が30%以内（84%）に上昇した店方がほとんどであったのに対し、ピークシーズンの売上高が30%以上減少した店方は25%であった。

売上高に占めるピークシーズンの割合



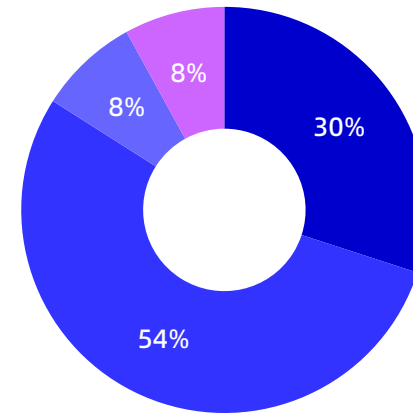
■ ピークシーズンで前年比が成長
■ ピークシーズンで前年比が縮小
■ ピークシーズンで前年比が横ばい



■ ピークシーズンの売上げが好調
■ ピークシーズンの売上げが一般
■ ピークシーズンの売上げが不振

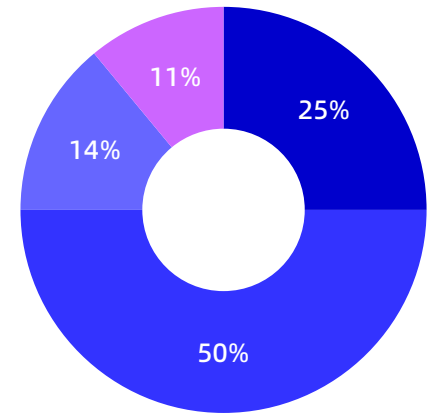
ピークシーズン市場は二極化の傾向が強い

店方のピークシーズン売上高上昇率の分布



■ 10%以下 ■ 10%-30% ■ 30%-50% ■ 50%以上

店方のピークシーズン売上高下降率の分布



■ 10%以下 ■ 10%-30% ■ 30%-50% ■ 50%以上

08. 電動二輪車製品のハイエンド傾向が明らかに

- 2023年、主要な電動二輪車ブランドの新製品価格のほとんどは3000元以上で、製品のインテリジェント機能のアップデートに焦点を当て、意図的に店の2500元以下の製品サンプルショーを減す。
- 業界におけるハイエンド製品の動向は明らかであり、ネット販売を例にとると、3,500 元 以上の電動アシスト自転車の価格帯における製品の販売シェア（京東/Tmall）は、2019年の（48%/4%）から2023年には（62 %/49%）に、3,500元以上の電動バイクの価格帯における製品の販売シェア（京東/Tmall）は、2019年の（66%/33%）から2023Q3には（92%/84%）に増加していた。

業界消費構造のハイエンド傾向

京東	2019	2020	2021	2022	2023	2024QTD
電動アシスト自転車						
<2000	12.0%	15.0%	20.0%	30.0%	19.0%	13.0%
2000-3500	41.0%	36.0%	39.0%	33.0%	30.0%	24.0%
3500-4500	29.0%	29.0%	24.0%	16.0%	14.0%	19.0%
4500-5500	13.0%	15.0%	10.0%	11.0%	21.0%	20.0%
>5500	6.0%	5.0%	6.0%	10.0%	15.0%	23.0%
電動バイク						
<2000	1.9%	2.5%	1.3%	2.1%	0.6%	0.4%
2000-3500	32.0%	31.0%	36.0%	54.0%	27.0%	7.0%
3500-4500	21.0%	29.0%	35.0%	23.0%	20.0%	29.0%
4500-5500	15.0%	14.0%	13.0%	11.0%	20.0%	28.0%
>5500	30.0%	23.0%	15.0%	11.0%	33.0%	35.0%

Tmall	2019	2020	2021	2022	2023	2024QTD
電動アシスト自転車						
<2000	28.0%	42.0%	43.0%	35.0%	27.0%	19.0%
2000-3500	68.0%	54.0%	47.0%	32.0%	28.0%	32.0%
3500-4500	2.0%	3.0%	6.0%	11.0%	10.0%	7.0%
4500-5500	0.3%	0.9%	1.9%	10.0%	17.0%	26.0%
>5500	1.0%	1.0%	2.3%	12.0%	18.0%	16.0%
電動バイク						
<2000	0.6%	0.7%	0.6%	0.6%	0.0%	0.0%
2000-3500	66.0%	59.0%	41.0%	33.0%	16.0%	16.0%
3500-4500	24.0%	27.0%	29.0%	34.0%	28.0%	9.0%
4500-5500	3.0%	6.0%	11.0%	12.0%	18.0%	35.0%
>5500	7.0%	8.0%	19.0%	21.0%	38.0%	40.0%

2023年の主要ブランドの主力モデルは
3,000元以上の価格帯に集中



ヤディア - 冠能摩登
2999-3299



エマ - 蛋蛋（蛋蛋）
5499



TAILG - 超能S周末
3599



Ninebot - q85c
3999



Niu Technologies - F400T
4499-4899

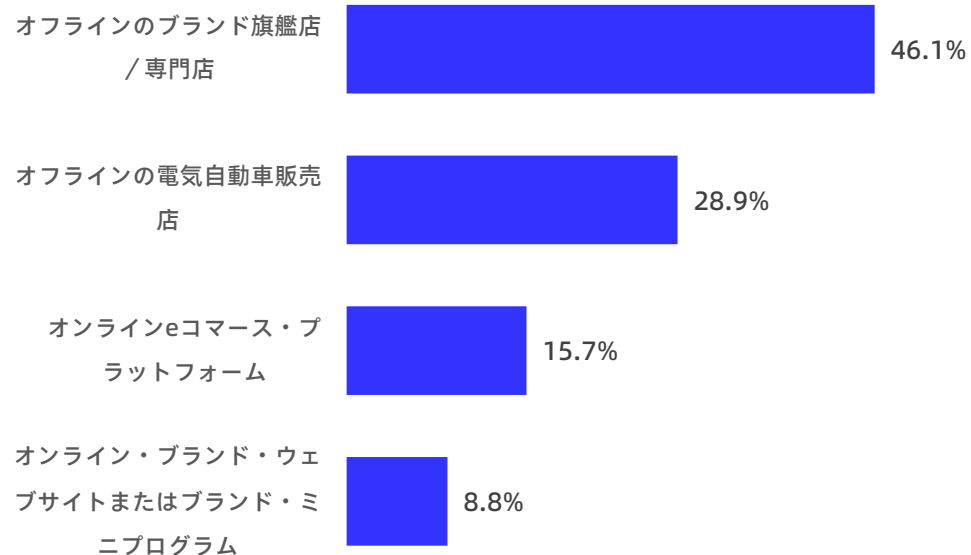


Sunra - 幻影F9
4799

09. 自動車購入の主要チャネルはオフライン・ショップ

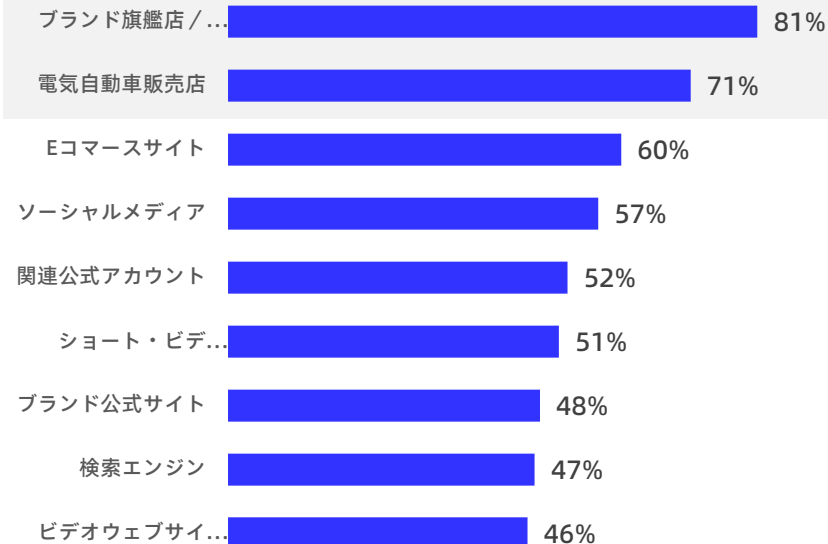
- オンラインで購入される二輪車の割合が徐々に増加しているにもかかわらず、高価格の耐久消費財という特性上、オフラインが依然として主流のチャネルである。その主な理由は、消費者が購入前に試乗して車両の性能をよく知ることを望んでいること、また、現場を見ることで、より適切なカースキームや外観などを選択できること、オフラインショップのアフターサービスが返品・メンテナンスを含めてより充実していること、などである。
- 2023年、二輪車のオフライン購入の割合は依然として75%と高く、そのうち46.1%がブランドショップ/旗艦店、28.9%が電動二輪車販売店である。業界の大手企業は現在、委託販売モデルを採用しており、ヤディ・エマに代表される伝統的企業は2レベル流通に重点を置いている一方、Niu Technologies・Ninebotに代表される新規ハイエンド・ブランドはほとんどが正規流通モデルを採用している。

電動二輪車の購入チャネル



自動車所有者が情報を入手するチャネル トップ10

検索エンジン, 50.3%, TGI=108

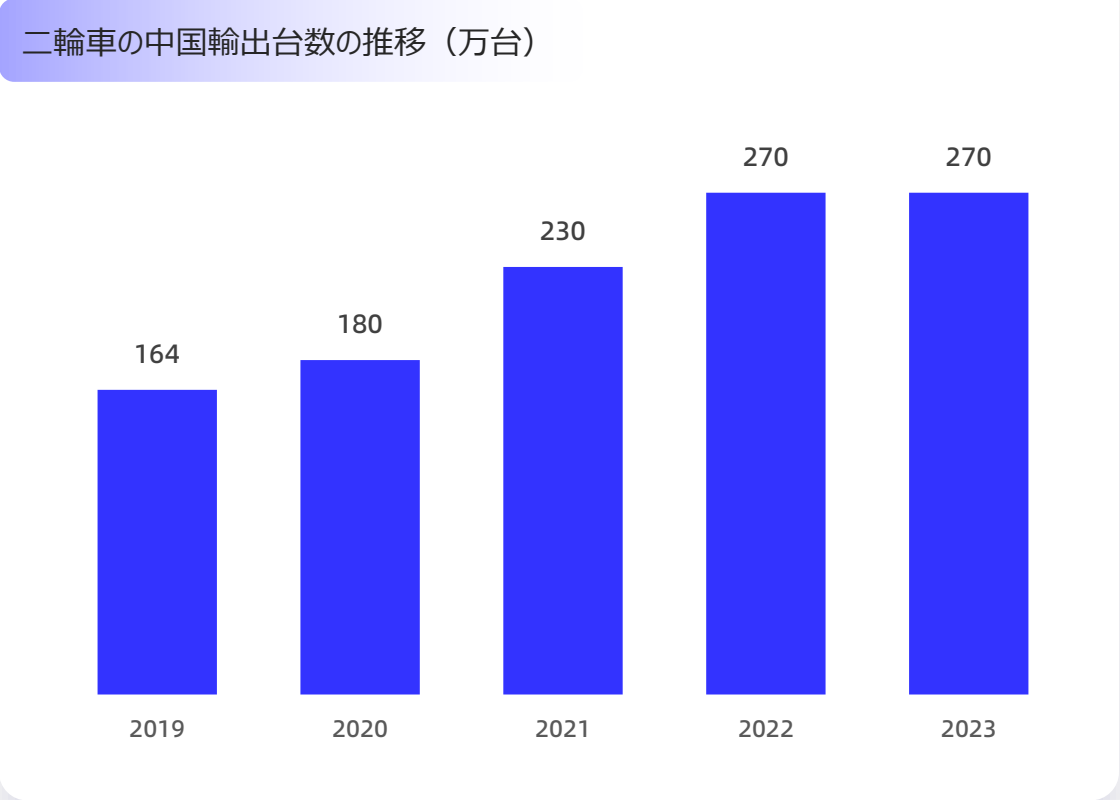


オフライン

男性

10. 東南アジア市場が電動二輪車輸出の第一選択肢に

- 近年、東南アジア諸国は急速に発展しており、都市化率も上昇し、2023年にはインドネシア（58.6%）、タイ（53.6%）が中国（64.6%）の水準に近づいている。しかし、東南アジア諸国の多くはまだ発展途上国であり、一人当たり所得が低く、人口密度が高く、公共交通機関が十分でないため、都市部での運転が柔軟で簡単なバイクの利用頻度が高くなる。
- 東南アジア諸国では環境とエネルギー効率への関心が高まる中、東南アジアの二輪車市場は、2001年の中国バイク禁止令施行後と同様の急速な発展期を迎えると予想されており、業界は新たな発展の機会をもたらす可能性がある。



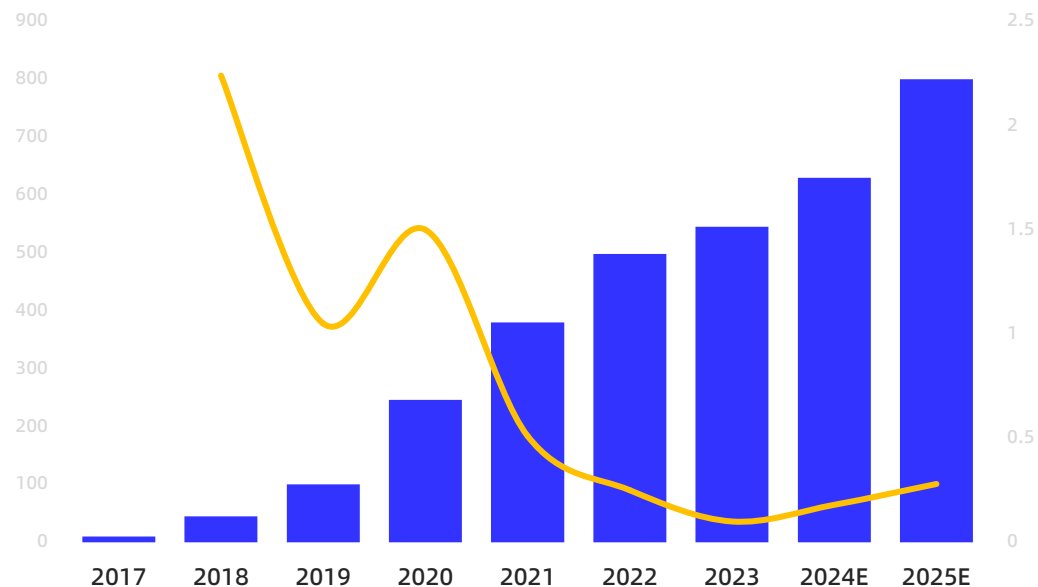
東南アジア諸国における二輪車の一部政策

国	年	詳細
タイ	2022	電気自動車と電気バイクの生産を支援するため、販売価格が15万バーツを超えない電気バイク1台につき18,000バーツの補助金（2022-2025年）を支給することが閣議決定され、29,233.97 兆バーツが承認された。
	2020	電動バイク1台につき700万ルピア（約3,200円）の補助金が、25万台の電動バイク購入者に支給された。このうち20万台は新規購入である。
インドネシア	2023	電動バイク1台につき700万ルピア（約3,200円）の補助金が、25万台の電動バイク購入者に支給された。このうち20万台は新たに購入した電動バイクで、5万台は従来の燃料バイクを電動バイクに改造したものである。
	2021	2050年までに燃料自動車の販売を完全に停止し、電気自動車と電気バイクのみが路上登録できるようにする。
ベトナム	2022	全国5つの直轄市、2030年以降バイクの使用停止・制限を義務化
	2021	2030年にはオートバイの通行が禁止され、ハノイとホーチミン市は2025年にオートバイの全面禁止を計画している。
カンボジア	2022	運輸省は国連開発計画（UNDP）などと手を組み、全国に充電ステーションやポストの建設を加速させ、より費用対効果の高い充電式バイクや三輪車などの導入を進めている。2050年までに電動バイクの台数を7,050台に増やすという、カーボンニュートラルな長期開発戦略が策定された。

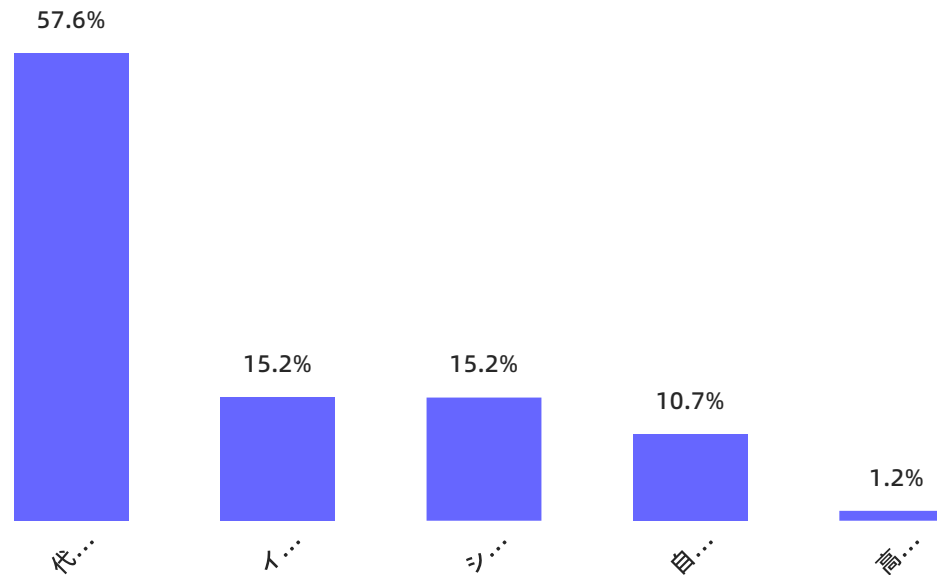
11. シェアバイク、インスタントデリバリーサービスが潜在的成長分野に浮上

- 今後1～2年で、需要牽引力はストックの自然代替と保有量の増加によってもたらされる新たな需要に戻ると予想される。新国家基準の残りの実施に伴う代替需要は、2024年の増分ポイントであるが、業界全体への寄与は長期的には年々減少し、長期的な需要の増加動力は製品品質の向上や消費シーンの拡大による新たな需要から来る可能性がある。
- 短・中距離用の軽便足代わりツールとして、シェアバイクのアップグレードは電動二輪車に新たな成長をもたらし、シェア電動自転車の市場規模は2025年に800万台に達すると予想される。
- インスタントデリバリー業界の市場規模は、2026年に千億レベルに近き、この業界が非常に電動自転車に依存するため、業界の拡大は電動二輪車の新たな市場拡大を促すかもしれない。

電動二輪車の投入量は今後も増加の見込み



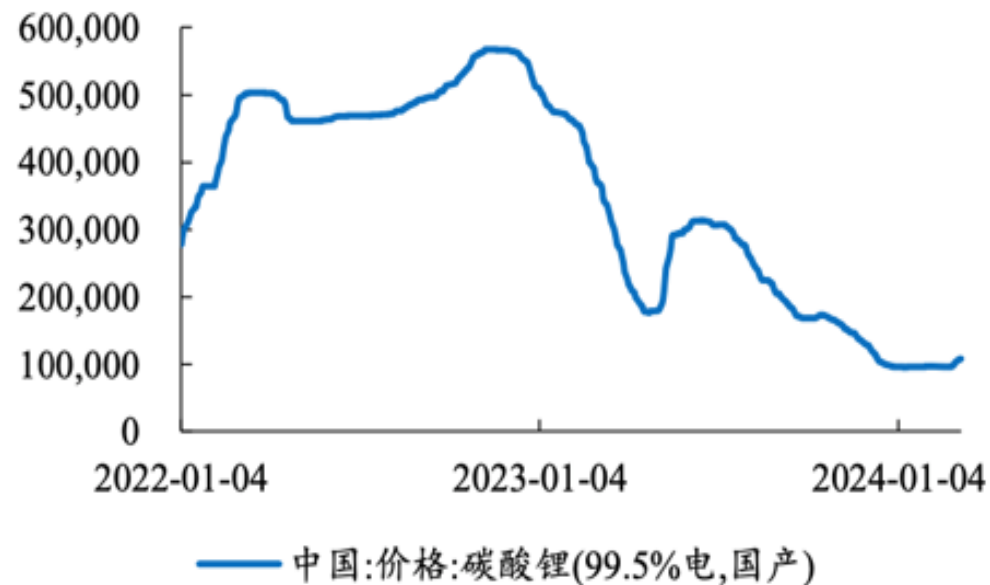
2027年にシェアバイクとインスタントデリバリー市場のシェアは上昇する見込み



12. ナトリウム電池の生産量が新たなブランド競争の引き金に

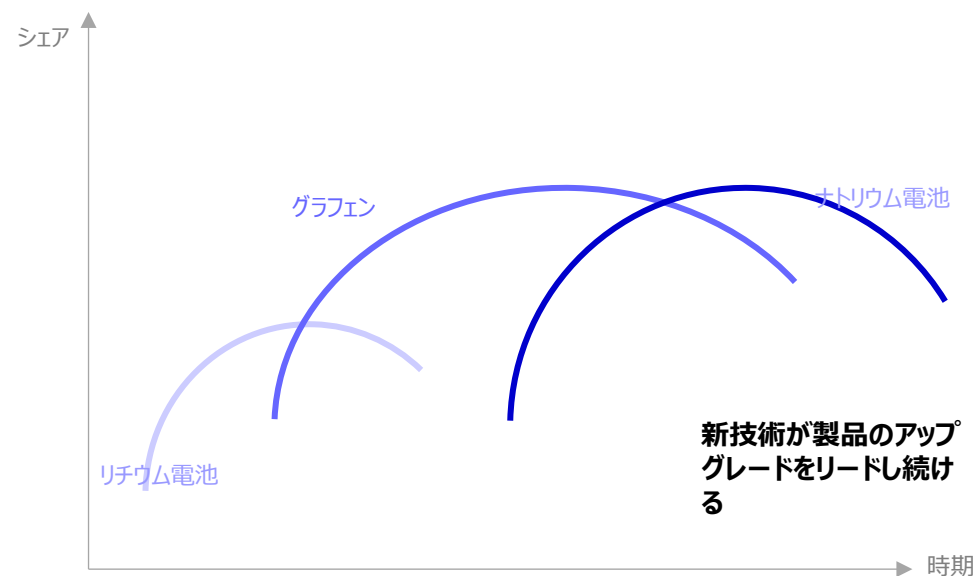
- 2022年からの二輪車用リチウム電池出荷量は前年比-14.7%と減少を示し、2023年の電動二輪車用リチウム電池世界出荷量は前年比-37.6%の7GWhとなった。
- ナトリウム電池は、より優れた低温性能を持っているため、リチウム電池製品の安全性の問題に対する良い解決策となる。と同時に、ナトリウムのエネルギー資源はリチウムよりも大幅に高く、長期的なコスト削減の可能性がある。
- 2023年、ヤディア、TAILGなどの企業がナトリウム電池の研究開発を強化し、関連技術製品を市場に投入しており、2024年にはナトリウム電池製品の大量生産が新たなブランド競争をもたらすと予想される。

炭酸リチウム価格は2023年に大幅下落（元／トン）



中国:価格:炭酸リチウム（99.5%電、国産）

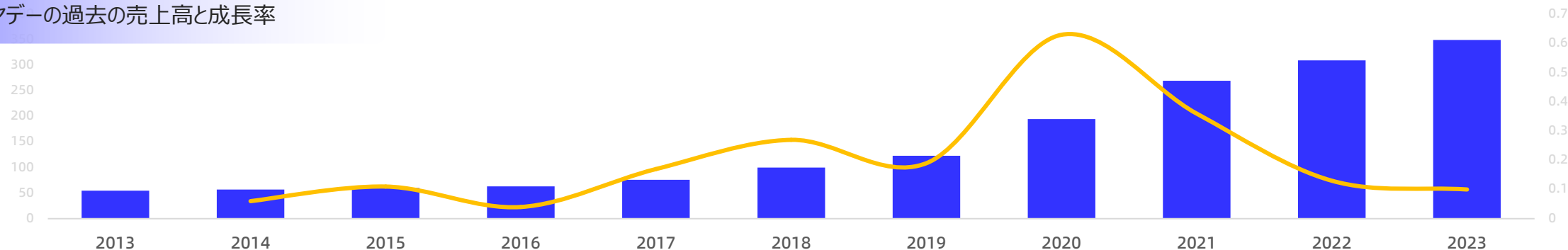
電動二輪車業界の製品アップグレードの方向性



13. ケース: ヤディアの2023年の記録的業績

- 2001年に設立されたヤディアは、2017年から5年連続で売上高で業界トップに立っている。2023年には、売上高347億6300万元（前年比11.9%増）、純利益26億4000万元（同22.2%増）と過去最高の業績を達成した。
- ヤディアが販売する中高級車種の比率は同業大手より高く、3,000元以上の商品の比率は60%、5,000元以上の商品の比率は21%に達する。なかでも、同社の中高級車の主要シリーズである「冠能シリーズ」は、2020年の発売以来、販売台数が急速に伸びており、同社の自動車製品全体に占めるシェアは、2020年の6%から28%へと大幅に増加している。
- ヤディアのTTFAR炭素繊維2.0リチウムイオンバッテリーは、方形の積層電池とタイトPACKプロセスを採用したため、通常のリチウムイオンバッテリーに比べて容量が倍増し、200kmの走行距離を達成することができる。自社開発のTTFAR突極機モーターは最大効率92%で、走行距離は200kmに達し、パワーと駆動時間の向上を実現した。

ヤデーの過去の売上高と成長率



ヤディ8つのグローバル生産・研究拠点とヤディのコア技術



14. 電動二輪車業界が直面する四つの挑戦

国の基準と市場の需要との矛盾

新しい国家基準の重量要件を満たすために、中国の強制製品認証の申請では、いくつかの自動車会社は、より少ない電力、軽量48v12Ahのような小型リチウムイオン電池をインストールする。一度認証を取得し、生産と販売を開始し、自動車会社は「車とバッテリーの分離」という方式を採用している。消費者のニーズは安い価格と長い走行距離で、新しい国家基準に従っては市場を満たすことができないため、企業はジレンマに陥っている。

01

深刻な製品の均質化

株式市場に参入した後、政策配当と技術アップグレードが消費者側を刺激することができず、電動二輪車市場全体は必然的に低レベルのインボリューションの淵に陥るだろう。多くの製品は本質的な違いがなく、消費者に差別化された体験をもたらすことができない。また、技術的な参入障壁が低いため、あるメーカーが電気自動車に新機能を持たせると、競合他社がすぐに真似をして追随し、インボリューションを悪化させる。

02

消費者クレームチャンネルの制限

巨大な市場需要に直面して、企業は製品を大規模に販売するために多数の販売店を必要とするが、企業が当初約束したサービスをどうやって消費者に提供するかは、販売店と消費者にとって直面すべく問題になった。逆に企業が簡単に「部外者」になってしまった。

03

正規リチウム電池の需給がリスクを生む

現在の電動二輪車用リチウム電池市場の集中度は自動車用パワー電池市場ほど高くなく、市場には技術と体力が不足している小規模工場が多数存在する。自動車企業の直営店が少なく、フランチャイズや代理店が多く、消費者市場の自由度が大きいと、消費者の価格敏感度や速達・フードデリバリー業界の電力に対する要求が高い中で、市場における違法改造や規格外製品のリスクを悪化させている。

04

15. 電動二輪車企業が注目する四つのトレンド

01 より高い品質

「高品質発展」時代の背景と消費者のアップグレード需要に後押しされ、電動二輪車は高品質、インテリジェンス、パーソナライゼーションに向けて発展している。例えば、外装デザインにブランド独立デザインを採用することで、自動車と同じブランドラベルと認知度を製品に持たせている。

02 より長い駆動時間

消費者の「走行距離への不安」や「充電トラブル」に直面し、電池技術の向上により、電池のエネルギー密度を向上させたり、単位エネルギーあたりの電池コストを低減させたりすることができるため、電動二輪車はより大容量の電池を搭載することができる。モーター技術のアップグレードにより、バッテリーのエネルギー変換率を向上させ、走行距離を伸ばすことができる。

03 より良い性能

携帯電話の画面キャスト、運転支援、ドライブレコーダー、スマートヘルメットなどのデジタル技術やインテリジェント技術を販売やアフターサービスに応用し、OTAの最適化を通じてパフォーマンスを向上させる一方、ユーザーとのコミュニケーションを強化する。

04 より多様なシナリオ

シートヒーターやハンドルヒーターの遠隔操作、屋外駐車時の悪天候警報など、より詳細なシナリオ・インテリジェント機能を発見する。また、モーション検知の分類とパラメータプロンプトがタッチ時間、継続時間、強さ、移動距離にすることができる。カメラで車両周囲を遠隔的に監視することなど。

著作権表示

本レポートは、上海嘉世营销咨询有限公司(MCR)の完全なレポートから抜粋したショート・バージョンです。
詳細な内容については、mcr@chinamcr.comまでお問い合わせください。

本レポートにおけるすべての内容（文字記事、写真、映像、イラスト、図表等の資料を含むがこれらに限定されない）は、『中華人民共和国著作権法』、『中華人民共和国著作権法実施規則』および万国著作権条約により保護されています。

本レポートの著作権は、MCRに帰属しており、転送、転載、引用が必要な場合は、出典を明記しなければならず、内容に関してはいかなる変更も行ってはなりません。

本レポートは無料であり、いかなる組織または個人も、課金を目的として営業活動に使用してはなりません。

