



2024年 低速电动车行业词条报告

头豹分类/制造业/汽车制造业/低速汽车制造

企业竞争图谱：2025年低速电动车 头豹词条报告系列



文上·头豹分析师

2025-03-21 未经平台授权，禁止转载

行业分类：制造业/低速汽车制造

摘要 低速电动车行业下沉市场潜力大、用户老年人居多，但呈现年轻化趋势、市场竞争激烈。低速电动车企业众多，品牌垂直化较为明显，在各细分领域中均有头部企业。随着政策已进入后期的审批阶段即将落地，行业格局预计将逐步稳定，大洗牌时期已过去，未来行业将稳步发展，企业间竞争加剧。在细分领域篷车方面，由于行业更加“内卷”，品牌化趋势形成，预计市场集中度将向头部企业更加集中。2020-2024年低速电动车市场呈现稳步增长，其年复合增长率为6.8%，2024年总体市场规模达892.8亿元，预计2024-2029年复合增长率为5.8%，其中预计低速电动汽车和篷车增速较快。

行业定义

低速电动车指主要面向日常25km以内通勤距离，由纯电驱动具有独立密闭空间，座位4-5座级以下，最高车速不高于70km/h，整车整备质量不超过750kg的低速（长度≤3500mm，宽度≤1500mm，高度≤1700mm）交通工具。在低速电动车行业中，低速电动汽车和篷车市场增速较快，行业发展向好，其性价比高、续航与时速合适，且应用场景广泛，因此深受消费者欢迎。

行业分类

低速电动车按照车型不同，可分为低速电动汽车、篷车、休闲敞篷三轮车、货运及专用三四轮车等。

基于车型分类

低速电动车分为低速电动汽车、篷车、休闲敞篷三轮车、货运及专用三四轮车等。

低速电动汽车

原型为传统汽车，按照乘用车设计理念而制造的车。低速电动车采用新能源汽车高强度钢一体冲压成型，拥有汽车底盘和制造工艺，采用麦弗逊独立悬挂系统，安全指标达到国家标准。

篷车

三轮篷车：根据2024年7月工信部发布《道路机动车辆生产企业及产品公告》（第385批）明确70款低速电动三轮车（篷车）已纳入工信部目录公告，明确该类型品类管理为“电动正三轮摩托车品类”。**四轮篷车**：并非以汽车为原型，而是以三轮篷车、高尔夫球车、观光车等为原型发展而来。四轮篷车制造在三轮篷车基础上改造而成，底盘使用方钢焊接而成，前桥连接左右车轮，并非独立悬挂，减震器、方向机较为简单，外壳为封闭车厢或半封闭式的简易车厢。

城市休闲敞篷三轮车

专为居民提供休闲代步等用途的电动三轮车，该品类为非封闭式或半封闭式的“电动正三轮摩托车”和“电动正三轮轻便摩托车”，其行驶速度一般低于50km/h。

货运及专用三四轮电动车

可根据不同场景定制化，广泛应用于政府、物流、个体商户、厂区、矿区、环卫、社区保洁等短途运输领域，其车型包括高尔夫球车、观光车、清洁环保车、货运车、快递车等

行业特征

低速电动车的行业特征包括下沉市场潜力大、用户老年人居多，但呈现年轻化趋势、市场竞争激烈。

1 下沉市场潜力大

中国低速电动车行业用户群体主要在下沉市场，其市场特征包括人口占比较多、消费者体量较大等特征。低速电动车用户主要为可支配收入相对有限、通勤距离较短的三四五线城镇居民和农村居民。从中国居民不同通勤距离来看，占比较高的为6-10公里和10公里以上，综合日均通勤距离在25km以内，低速电动车续航足以支持居民通勤距离。从下沉市场通勤时间来看，30分钟以内的通勤距离占比高达80%，使得低速电动车市场迅速发展。此外，中国也具备规模庞大的下沉市场优势，其三四线城市、五线及以下地区占比为32%和40%，为中国低速电动车市场提供较为庞大的用户群体。

2 用户老年人居多，但呈现年轻化趋势

低速电动车的用户群体广泛，包括中老年人和逐渐增多的年轻消费者，他们对产品的性价比、实用性、功能性有较高要求。在消费主要用途中，低速电动车用户需求主要包括上下班代步、日常生活买菜购物代步、接送孩子、为老人购买等。在用户购买动机中，年轻消费者较为考虑经济能力，而老人则考虑出行需求和无驾照要求。

3 市场竞争激烈

竞争状况是检验低速电动车行业活力的重要标志。传统和新兴制造商在过去几年继续丰富产品线和服务以适应各种应用场景如个人代步、城市配送等，企业通过差异化的产品设计和增值服务来争夺市场份额。

| 发展历程

随着新能源汽车市场的出现，低速电动车市场需求应运而生。从2016-2024年，行业经历了启动期、高速发展期、震荡期。尽管现阶段行业存在一定不确定性，但市场发展不断向前，产销规模扩大，市场向头部企业集中，品牌化逐渐明显。

启动期 · 2016-01-01~2019-01-01

国家政策开始着手制定四轮低速电动车的国家标准。2018年5月29日，央视“焦点访谈”对低速电动车的负面报道进一步推动了公众和政府部门对该行业安全性的关注。同年11月，《关于加强低速电动车管理的通知》正式发布，并明确了“低速电动车”的概念和定义。行业开始启动，从无序状态向有序管理过渡，市场对安全性能和产品质量提出了更高要求。这一时期反映了政府监管加强和市场需求升级的趋势，市场竞争开始显现出规范化发展的轮廓。

高速发展期 · 2020-01-01~2021-01-01

2019年3月工信部公布《四轮低速电动汽车技术条件》草案，并强调标准完成年限为2021年。此草案集中反映了专业技术条件的集中制定过程。2021年工信部发布《低速电动车标准制定会议纪要》，强调老头乐等类型低速电动车需纳入新能源汽车标准，并使用安全锂电池等符合硬性标准。同年7月，《纯电动乘用车技术条件》征求意见稿在细分市场中提出微型低速纯电动乘用车定义及其技术要求，政策导向进一步明晰化、细化。多个省份响应国家通知为已在使用的低速电动车制定淘汰计划，加剧了新国标出台后产业面临变革与困境的讨论。

这个时期内技术创新步伐加快，并开始涌现更为先进和安全的產品。高质量、高性能逐渐成为市场被重视的焦点。安全问题下的政策调整推动了产品升级和市场净化。同时，各省份对于淘汰计划的实施也使得市场呈现出淘汰老旧、不合格产品之势。

该时期行业处于震荡但不断向前发展的过程。2024年1月，C7驾照提议；同年7月，《道路机动车辆生产企业及产品公告》（第385批）明确70款低速电动三轮车（篷车）已纳入工信部目录公告，明确该类型品类管理为“电动正三轮摩托车品类”；12月低速电动车专业委员会成立，中国中小商业低速电动车专委会联合全国200余家整车生产企业，5000余家供应商链配套和10万余家经销商，形成更加紧密的产业联盟，积极推动产业标准化规范工作，制定统一的技术标准和管理规范，制定符合行业发展和市场需求的标准体系。该阶段行业存在不确定性，但市场产销规模不断扩大，政策逐渐明确，市场向头部企业逐渐集中。

产业链分析

低速电动车产业链的发展现状

总体来看，低速电动车产业链发展较为完善，其产业链上游包括原材料和零部件供应商，与电动自行车与新能源汽车的产业链上游具备一定相似性，因此原材料与零部件无短缺和“卡脖子”现象。中游主要为整车制造和品牌运营环节，其中整车制造是低速电动车产业链的核心环节，涉及设计、生产、检测等多个流程。下游包括不同用户群体、销售渠道和售后服务，目前用户群体多为中老年人群，但年轻人的使用比例在逐渐增加。

低速电动车行业产业链主要有以下核心研究观点：

产业链上游成本直接影响中游制造商利润。

低速电动车产业链上游包括原材料和零部件供应商，其成本占据中游制造商的70%，其中电池为最关键环节，占据低速电动车总成本的30%-50%，这一比例在不同车型和技术之间或有差异。此外，轻量化原材料，如碳纤维和铝合金，尽管可显著降低车辆重量、提高能效比，但其生产成本控制挑战性较大。原材料与零部件的价格波动对低速电动车生产成本具有直接影响。

产业链下游用户群体老年人居多，但呈现年轻化趋势。

在消费主要用途中，低速电动车用户需求主要包括上下班代步、日常生活买菜购物代步、接送孩子、为老人购买等。低速电动车的用户群体广泛，包括中老年人和逐渐增多的年轻消费者，他们对产品的性价比、实用性、功能性有较高要求。在用户购买动机中，年轻消费者较为考虑经济能力，而老人则考虑出行需求和无驾照要求。目前，低速电动车的使用人群多为50岁以上的中老年人群。但80、90后年轻人的使用比例正在增加。

产业链上游环节分析

低速电动车上游环节



生产制造端

上游厂商

宁德时代新能源科技股份有限公司

天能电池集团股份有限公司

深圳市倍特力电池有限公司

欣旺达动力科技股份有限公司

天津力神电池股份有限公司

台邦电机工业集团有限公司

中电电机股份有限公司

中达电机股份有限公司

伍德沃德控制器（苏州）有限公司

宁波控制器有限公司

重庆神风长劲车架有限公司

丰县鸿利达车架厂

青岛鲁东车架有限公司

上游分析

产业链上游中原材料与零部件成本占比较大，中游制造商毛利有限。

低速电动车产业链上游主要包括原材料和零部件供应商，原材料包括钢铁、有色金属、塑料橡胶、电池材料，零部件包括电机、控制器、车架、轮胎等供应商。此外，低速电动汽车还包括技术供应商，电池管理系统用于监控和管理电池的充放电过程，确保电池的安全和高效运行，智能控制系统提供车辆的智能控制功能，如远程监控、故障诊断等。 低速电动车的成本结构根据车型不同其构成比例有一定差距，以电动三轮蓬车为例，其一辆三轮蓬车价格在10,000元左右，其成本约占市场价格的70%。其中，60V58AH或72V52Ah铅酸电池成本在2,100-2,300元，占比在各成本中比例最大；1200W或1500W电机成本在400-500元之间，占比较小；高碳钢设计车架成本约1,500元，防溜坡控制器成本约300元，其他零部件包括轮胎、刹车、大灯、座椅等，总成本约2,500-2,600元。

电池和轻量化材料是低速电动车上游成本中重要的构成部分。

电池技术，尤其是锂电池，其高能量密度和较长的寿命，成为低速电动车的首选能源。然而电池的成本依然高昂，占据低速电动车总成本的30%-50%，这一比例在不同车型和技术之间或有差异。此外，轻量化材料，如碳纤维和铝合金，尽管可显著降低车辆重量、提高能效比，但其生产成本控制挑战性较大。原材料的价格波动对低速电动车生产成本具有直接影响。近年来，锂等原材料价格波动，加之全球供应链的不确定性，导致生产成本有所上升。当原材料成本升高时，中游生产商面临提高产品价格或压缩利润空间的抉择。

中 产业链中游环节分析

低速电动车中游环节



品牌端

整车制造、品牌运营

中游厂商

江苏金彭集团有限公司

山东盛昊能源有限公司

淮海控股集团有限公司

江苏海宝新能源有限公司

鸿日股份有限公司

德州丽驰新能源汽车有限公司

山东牛电汽车科技有限公司

徐州五羊电动车业有限公司

山东龙启汽车制造有限公司

山东琳琅电动车股份有限公司

山东鲁客新能源汽车有限公司

山东尚电新能源科技有限公司

中游分析

产业链中游主要包括整车制造和品牌运营两大环节。

整车制造是低速电动车产业链的核心环节，涉及设计、生产、检测等多个流程，制造商需要具备制造工艺、质量控制体系以及市场洞察力。在整车制造过程中，包括设计规划、采购、装配生产、质量检测等四个环节。在品牌运营方面，中游企业需对产品进行塑造、市场推广与销售渠道建设。通过品牌定位与营销策略，以及完善的销售网络与服务体系，制造商能够有效提升品牌知名度与市场份额。发展经销商网络，覆盖全国主要市场，并建立完善的售后服务体系，提供维修保养、配件更换等服务。

目前，中游制造商出海趋势较为明显，相比较本土低速电动车市场，2023年-2024年出海市场发展向好，年复合增长率高达30%。

在低速电动车中游制造商中，低速电动汽车、客运蓬车及敞篷三轮车、货运三轮车等低速电动车型市场发展潜力较大。在低速电动汽车领域，由于中国相关产业政策摇摆不定，市场发展存在一定的不确定性，部分企业转而开拓海外市场，另辟蹊径。目前，国际已有部分国家为低速电动车赋予合法身份，包括美国的“低速车辆”、日本的“超小型交通工具”、欧盟的“轻型四轮车”等。在技术规范方面，欧盟实施L6e和L7e两级管理，美国按最高时速限制为40公里管理。2024年，中国头部低速电动汽车企业出海市场包括欧洲、美洲、亚太等地区，出海市场代表性企业中，金彭表现最为突出，其出海营收量级超过50亿元。此外，客运蓬车及敞篷三轮车、货运三轮车等低速电动车型出海市场也较好。目前，货运车型在本土市场产销规模趋于稳定期，市场容量较为饱和，头部厂家开拓海外市场来扩大利润，海外市场主要包括非洲、东南亚等，其货运与客运低速电动车型市场空间超过1,000万辆，未来市场发展潜力大。

下

产业链下游环节分析

低速电动车下游环节



渠道端及终端客户

销售渠道、售后服务、消费者

渠道端

经销商

零售商

专卖店

淘宝

抖音购物

京东购物

下游分析

销售渠道是低速电动车中游企业将产品推向下游市场、触达消费者的重要营销方式。

传统的销售渠道包括经销商、零售商、专卖店等，近年来线上电商平台也逐渐成为重要的销售渠道。线下渠道经销商和零售商网络广泛，能够提供实物体验和现场试驾服务，增强消费者的购买信心；电商平台如淘宝、京东等为消费者提供了丰富的产品信息和便捷的购买方式，线上销售的重要性愈加凸显。此外，售后服务也是下游提升消费者满意度和忠诚度的关键环节，包括维修保养和配件供应。

低速电动车下游用户群体广泛，包括中老年人和逐渐增多的年轻消费者，他们对产品的性价比、实用性、功能性有较高要求。

在消费主要用途中，低速电动车用户需求主要包括上下班代步、日常生活买菜购物代步、接送孩子、为老人购买等。目前，低速电动车的使用人群多为50岁以上的中老年人群。但80、90后年轻人的使用比例正在增加，行业消费群体呈现年轻化趋势。在用户购买动机中，年轻消费者较为考虑经济能力，而老人则考虑出行需求和无驾照要求。

| 行业规模

低速电动车行业规模的概况

2020-2024年低速电动车市场呈现稳步增长，其年复合增长率为6.8%，2024年总体市场规模达892.8亿元，预计2024-2029年复合增长率为5.8%，其中预计低速电动汽车和蓬车增速较快。

低速电动车行业市场规模历史变化的原因如下：

1) 低速电动汽车历史行业规模变化原因：2020-2024年，低速电动汽车销量整体呈现上涨态势，其中2022-2023年增速较快，主要原因是疫情解封时代下的消费短暂性暴涨所致。2024年，由于低速电动汽车政策仍未出台，宏观环境影响消费较疲软等多方面影响下，市场规模略有下降，整体市场销量为30万辆。此外，低速电动汽车产业链逐步完善，2020-2024年低速电动汽车单价呈缓降态势，2024年下降至2-3万元。由于下沉市场需求，低速电动汽车销量呈现上涨态势，其中2022-2023年受到消费短暂性暴涨增速较快，2024年有所缓降。

2) 蓬车历史行业规模变化原因：相比较低速电动汽车市场，2020-2024年蓬车市场规模更大。从销量来看，2024年四轮蓬车市场总销量约200万辆，三轮蓬车市场总销量100-120万辆，其相互之间存在一定替代市场关系。2020年三轮蓬车市场占比更大（64.5%），到2024年四轮蓬车市场（占比54.3%）超过三轮蓬车，主要原因是客户消费需求的升级为四轮蓬车市场带来更大的增量。从价格走势来看，四轮与三轮蓬车价格均由于产业链的进一步完善与优化而导致价格缓降；其中，随着四轮蓬车竞争更加激烈，其价格下降走势更为明显。受到价格优势，蓬车市场稳定发展，其中四轮蓬车市场规模增速较快，从而一定程度挤压三轮蓬车市场缓增。

3) 休闲敞篷三轮车和货运及专用三四轮车历史行业规模变化原因：休闲敞篷三轮车2024年市场大幅增长，产品年销量约300-35万辆，其增长主要原因是品牌化更加明显，并且供应配套体系成本下降，使得各头部品牌将休闲电动三轮车作为发展重点。此外，货运及专用三四轮电动车可根据不同场景，包括高尔夫球车、观光车、清洁环保车、货运车、快递车等。该领域市场规模较大，行业品牌格局已基本成型，市场容量较为稳步缓增，整体产销规模步入稳定期。休闲敞篷三轮车市场发展较早，因而品牌化较明显，供应配套体系成本下降，头部企业市场集中度较高；同样市场发展较早的货运及专用三四轮电动车市场较为稳定，整体产销规模步入稳定期。

低速电动车行业市场规模未来变化的原因主要包括：

预计未来低速电动车随着相关政策（已进入审批阶段）的进一步落实和消费市场回暖，低速电动车市场呈现稳步增长趋势。此外，预计未来产业链上下游进一步完善，原材料价格下降，同时行业竞争更加激烈等诸多因素影响下，价格将持续缓降。其中，低速电动汽车市场规模预计将持续稳定增长；三轮蓬车增速较缓，市场稳定；四轮蓬车发展潜力更大，但由于相关政策仍未出台与明确，存在相关政策收紧的风险。随着消费市场逐渐回暖、政策的落实、产业链进一步完善，未来低速电动车市场预计呈现稳步增长趋势。

此外，预计未来低速电动车出海市场潜力较大。由于目前低速电动车本土产业政策摇摆不定，市场发展存在不确定性，部分企业转而开拓海外市场，另辟蹊径。目前，国际已有部分国家为低速电动车赋予合法身份，包括美国的“低速车辆”、日本的“超小型交通工具”、欧盟的“轻型四

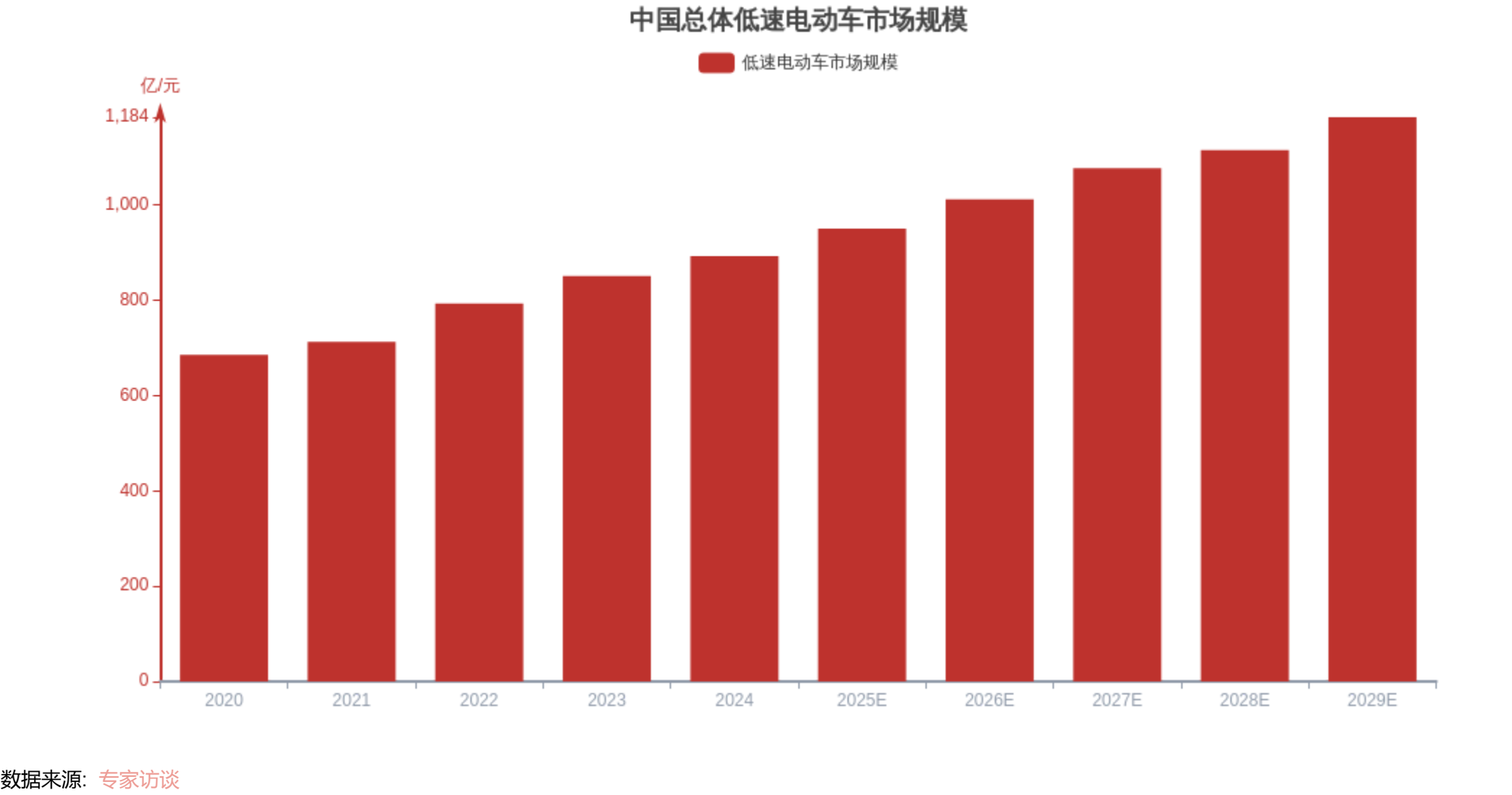
轮车”等。在技术规范方面，欧盟实施L6e和L7e两级管理，美国按最高时速限制为40公里管理。2024年，中国头部低速电动车企业出海市场包括欧洲、美洲、亚太、非洲等地区。

由于本土产业政策的不确定性和国际部分国家的政策支持，预计未来低速电动车出海市场潜力较大。

规模预测

查看案例

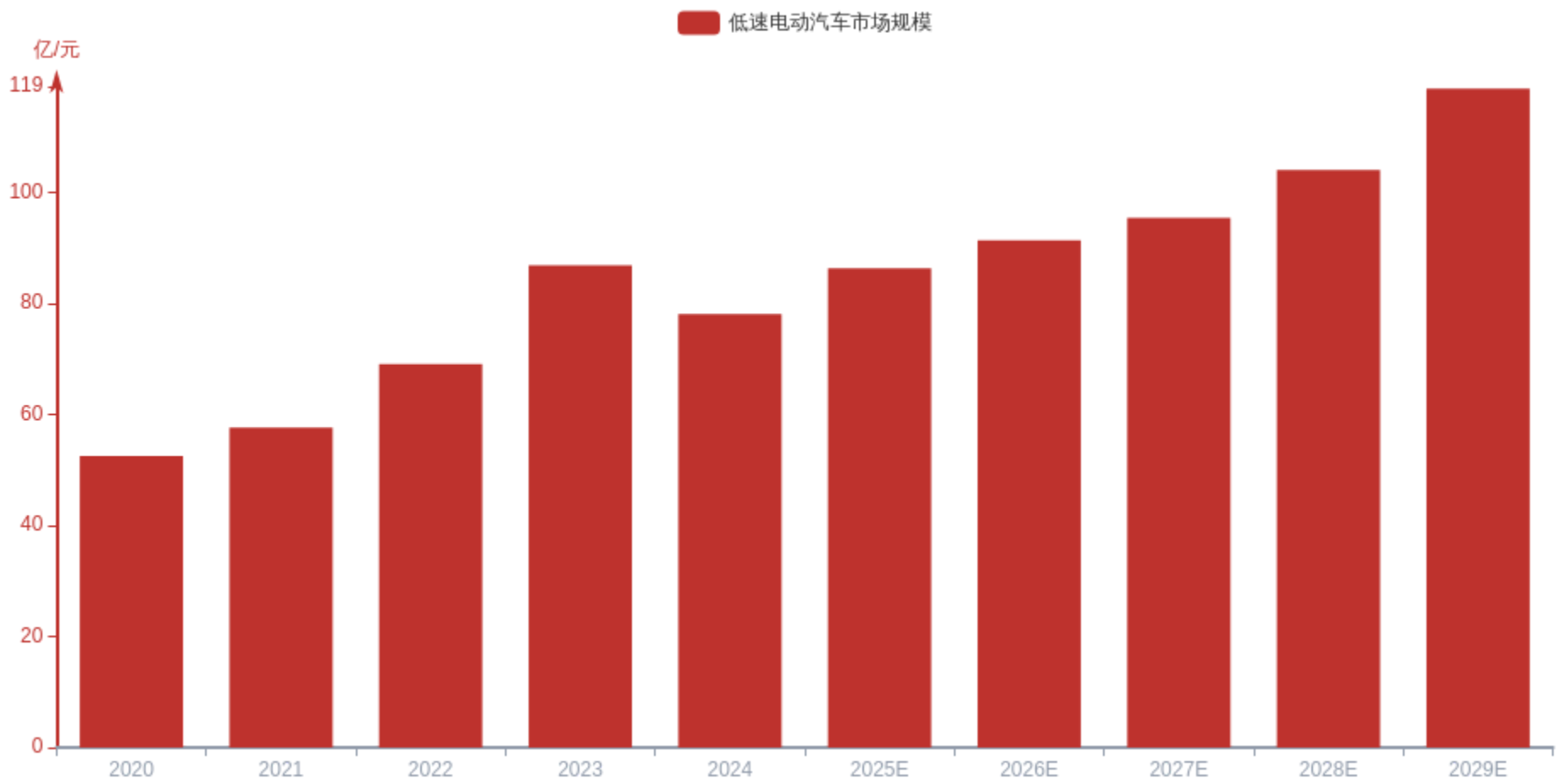
低速电动车行业规模



低速电动车行业规模



细分领域低速电动汽车市场规模

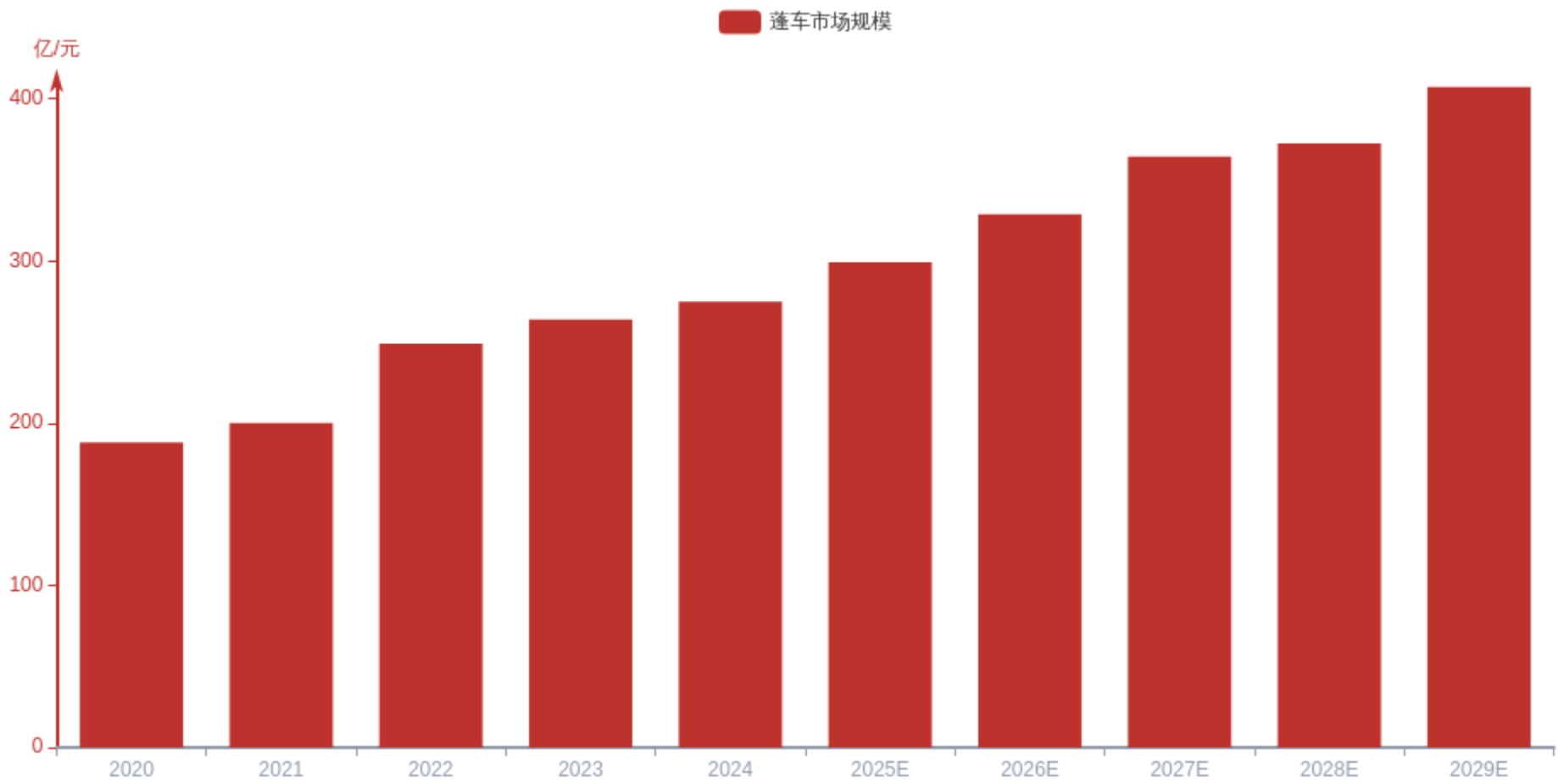


数据来源: 专家访谈

低速电动车行业规模



细分领域篷车市场规模



数据来源: 专家访谈

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	C7驾照提议	乘联会	2024-01-01	6
政策内容	提出“C7驾照”，其考试难度相较于其他驾照类别更低，有助于初学者更快地取得驾照，促进新能源汽车普及 。C7驾照的实施进一步推动新能源汽车的普及，尤其是小型新能源汽车市场。			
政策解读	“C7驾照”是全新的驾照类别，目前尚处于提议和规划阶段，其目的是为适应市场的发展和消费者需求的变化，尤其是针对低速电动车的驾驶需求，旨在简化驾驶考试流程，降低考取驾照的难度，同时对驾驶的车型进行一定限制，以确保道路安全。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《道路机动车辆生产企业及产品公告》（ 第385批 ）	工信部	2024-07-01	10
政策内容	根据《道路机动车辆生产企业及产品公告》（ 第385批 ）明确70款低速电动三轮车（ 篷车 ）已纳入工信部目录公告，明确该类型品类管理为“电动正三轮摩托车品类”。			
政策解读	规范低速电动三轮车（ 篷车 ），对于三轮蓬车市场的正规发展具有重要意义，明确电动三轮蓬车归为“电动正三轮摩托车品类”。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》	国务院	2022-04-01	5
政策内容	引导社会资源广泛参与，促进渠道和服务下沉，要以汽车、家电为重点，鼓励有条件的地区开展新能源汽车和绿色智能家电下乡，推进充电桩(站)等配套设施建设。			
政策解读	该政策促进下沉市场市场发展，尤其是新能源的低速电动车发展，引导企业面向农村开展促销，推进相关基础建设的实施。			
政策性质	引导性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《纯电动乘用车技术条件》	工信部	2021-06-01	8
政策内容	本次国标修改主要增加低速纯电动乘用车的定义和标准，低速电动车型座位数在4座及以下，最高车速小于70 km/h，长度应不大于3500mm，宽度应不大于1500mm，高度应不大于1700mm，整车整备质量不应超过750kg，续航里程不小于100km。			
政策解读	对于低速电动车具有重要规范性作用，对其外形要求、续航、时速等一系列均提出规范和要求。但目前该意见仍处于审批阶段，尚未正式发布。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”全国道路交通安全规划》	国务院安委会办公室	2022-07-01	3
政策内容	该政策通过强化管理、提高法规标准、增强公众意识、推进科技创新等措施，聚焦源头治理和基础建设，旨在提升道路交通安全水平，减少事故死亡总量，特别指出需解决货车和低速电动车违法违规生产改装问题，保护人民生命财产安全。			
政策解读	为低速电动车行业提出治理要求，规划聚焦违法违规生产改装问题，可能带来对行业产品标准化、生产监管加强的直接影响，促使企业提升研发和生产安全水平。该政策将有助于行业健康可持续发展，提升行业安全标准，但短期可能对行业生产成本和市场准入门槛产生一定影响，特别是对于小微企业和非标准产品制造商。规划鼓励科技创新，对于促进低速电动车技术进步和智能化产品的研发具有积极驱动作用。			
政策性质	指导性			

低速电动车竞争格局概况

中国低速电动车行业第一梯队为营收在百亿级以上的企业，包括金彭、盛昊、淮海、海宝；其中，金彭产品布局较广，在低速电动汽车细分市场销量连续四年位居第一，其一级网点门店数量最多，海外网点门店数量最多。盛昊产品专注篷车细分市场，其篷车销量连续三年位居第一，其中四轮篷车在行业以断层式排名第一。淮海产品布局主要在休闲敞篷三轮和货运三轮车领域较为突出。海宝在三轮篷车领域中表现较优。第二梯队营收为百亿级别以下，包括专注于低速电动汽车领域的鸿日、丽驰、汉唐、尚电等，专注于篷车领域的龙启、琳琅、牛电、鲁客、恩途、特鲁夫等。

低速电动车行业竞争格局的历史原因

1) 低速电动汽车竞争格局原因：中国低速电动汽车行业竞争格局变化较大，由于政策的不确定性，以及部分企业的转型失败，2023年御捷系退出，雷丁系崩塌，行业存量市场释放，迎来新机遇。2023-2024年，形成以金彭系金彭、吉途、骏驰和鸿日系鸿日、雷竞为代表的低速电动汽车新格局，市场集中度CR2超过60%，其中2024年金彭低速电动汽车市占率稳居行业第一，占比40%，鸿日仅次于金彭。第二梯队品牌中丽驰持续发力，产销量创新高，尚电汽车销量增速较快，篷车巨头盛昊和三轮车头部企业淮海也布局低速电动车相关产品。

由于政策影响和企业转型，低速电动汽车行业大洗牌，形成以金彭和鸿日双寡头的新格局。

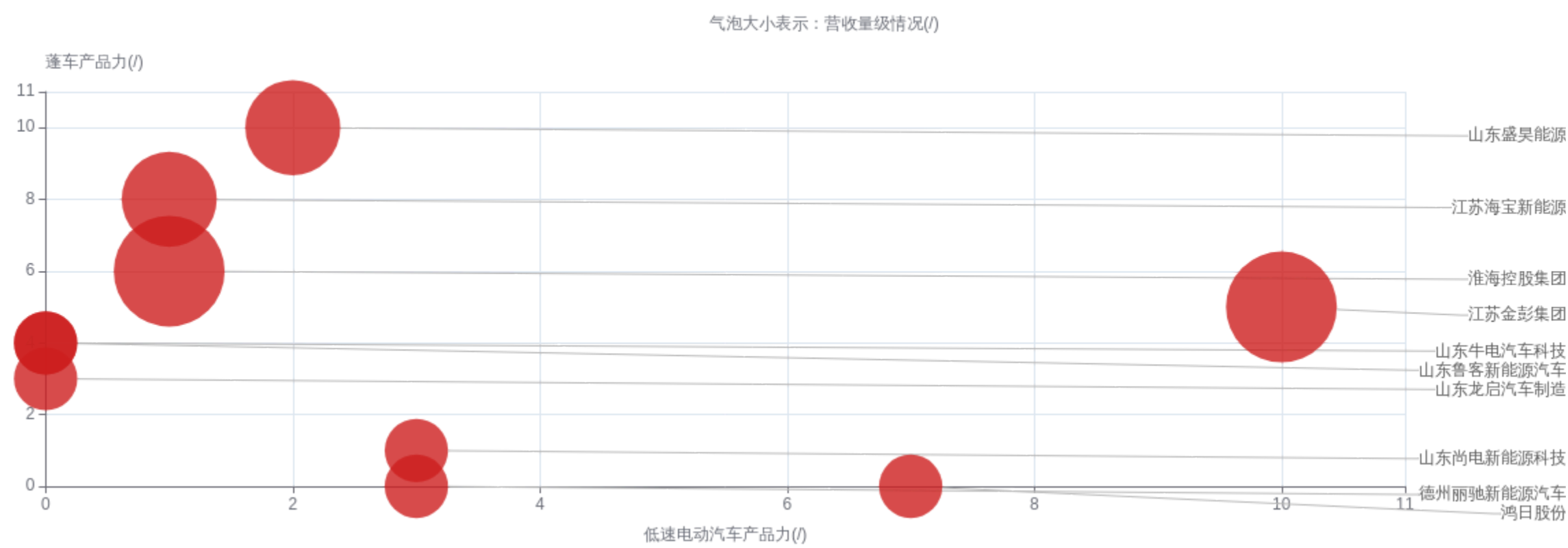
2) 篷车竞争格局原因：2022-2024年，细分领域四轮篷车产品增长率在低速电动车行业最高，2023年增速高达40%，2024年增速达到15%-20%。高速增长的背后折射出诸多发展问题，首先则是产品同质化带来的“血腥”价格战。没有自主创新能力是四轮篷车细分市场存在的通病，各家产品同质化严重，从而开始拼价格。这种情况下不仅产品利润低，厂家不赚钱，更是导致整个行业乱象丛生，产品质量问题较多。因此，四轮篷车在近三年经历了残酷的市场洗牌期。此外，三轮篷车从增长到下滑的分水岭，尤其是四轮篷车的崛起对于三轮篷车市场受到较大冲击。在这期间，很多品牌开始选择以四轮篷车代替三轮篷车，导致整个三轮篷车产销规模大幅下滑。尽管在产销规模上有所下滑，但在技术研发和创新表现突出，三轮篷车产品实现产品迭代发展。

由于篷车高速增长带来产品同质化问题，历经三年的市场洗牌期；目前企业格局较为稳定，产品实现迭代发展。

低速电动车行业竞争格局未来变化原因

总体来看，低速电动车企业众多，品牌垂直化较为明显，在各细分领域中均有头部企业。其中，细分领域低速电动汽车领域中，随着政策已进入后期的审批阶段即将落地，行业格局预计将逐步稳定，大洗牌时期已过去，未来行业将稳步发展，企业间竞争加剧。在细分领域篷车方面，由于行业更加“内卷”，品牌化趋势形成，预计市场集中度将向头部企业更加集中。

预计未来，随着政策落地，低速电动汽车行业格局逐步稳定，行业进入更多参与者；而篷车领域产品更加“内卷”，市场集中度提高。



上市公司速览

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

企业分析

1 江苏金彭集团有限公司

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	10101.01万人民币
企业总部	徐州市	行业	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
法人	鹿守光	统一社会信用代码	913203056925520401
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	1248019200000
品牌名称	江苏金彭集团有限公司	经营范围	电动车设计、生产、销售、租赁；车篮、家用小五金、滑轮生产、销售；三轮摩托车（燃油及电动车）设计、生产、销售；电动两轮摩托车设计、组装、销售；钢材、建材、钣金件销售；普通货物道路运输；广告设计、制作、代理；房屋租赁；机械设备租赁；运输设备租赁；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

公司竞争优势

竞争优势
江苏金彭集团有限公司是一家集研发、生产、销售、服务于一体的低速电动车企业，总部位于江苏省徐州市，在江苏、河南、河北、四川、湖北、天津、山东7省市建有13个生产基地。产品涵盖低速电动汽车、电动三轮车、电动二轮车、快递专用车等，出口美国、德国等国家和地区180个，全球用户超过1500万；低速电动汽车年销量超过10万辆，单品牌销量行业第一。金彭自主掌握电机、电控、电池智能管理等新能源汽车关键核心技术，在日本、上海、无锡、徐州建有新能源汽车研发中心。目前，金彭拥有研发人员1000多人，累计申请专利400多项，其中发明专利80多项。

企业官网

2 山东盛昊能源有限公司

▪ 公司信息			
企业状态	开业	注册资本	1000万人民币
企业总部	泰安市	行业	零售业
法人	王玉磊	统一社会信用代码	91370983MABMMJBB92
企业类型	有限责任公司(自然人独资)	成立时间	1651075200000
品牌名称	山东盛昊能源有限公司	经营范围	一般项目：煤炭及制品销售；煤炭洗选；煤制品制造；煤制活性炭及其他煤炭加工；非金属矿及制品销售；石墨及碳素制品销售；炼焦；建筑防水卷材产品销售；水泥制品销售；建筑材料销售；轻质建筑材料销售；石棉水泥制品销售；金属矿石销售；金属材料销售；建筑用钢筋产品销售；金属结构制造；金属结构销售；矿物洗选加工；选矿；钢、铁冶炼；生物质燃料加工；生物质成型燃料销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；装卸搬运。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：道路货物运输（不含危险货物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）

公司竞争优势

▪ 竞争优势
盛昊电动车是是一家集研发中心、生产制造、销售于一体的电动三轮车和四轮电动车制造商。盛昊致力于功能型、货运型、老年代步型电动三轮车等智能化低碳出行交通工具的研究开发与专业制造。以山东为中心，分别向河南、江苏、安徽、河北、北京、重庆、浙江等地积极推进“一县一店”专业化销售网络，通过科学的全国性战略布局满足市场实际需求。

企业官网

附录

法律声明	^
权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。	
尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。	
内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。	
合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。	
完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。	

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

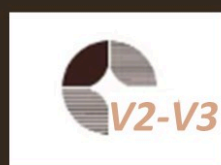
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588