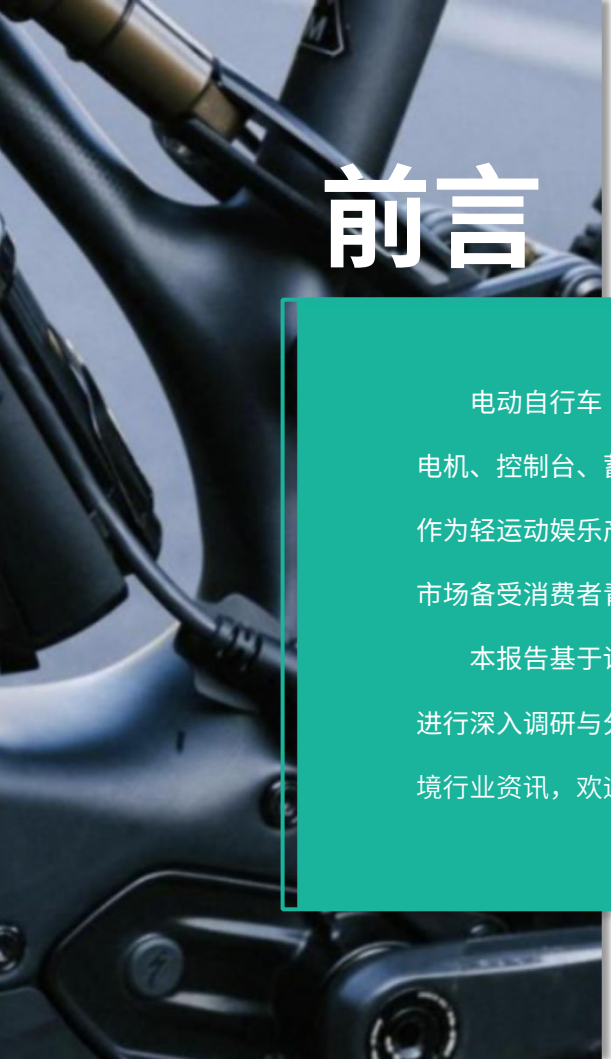
大数跨境
www.10100.com

2024
全球E-Bike市场洞察报告

大数跨境出品

汇集行业最全的跨境活动，跨境领域唯一的原创跨境百科，发布&收集最有深度的跨境各垂直细分领域的行业研究报告(可免费下载)，抓取&收集行业最有广度的公众号文章和资讯。

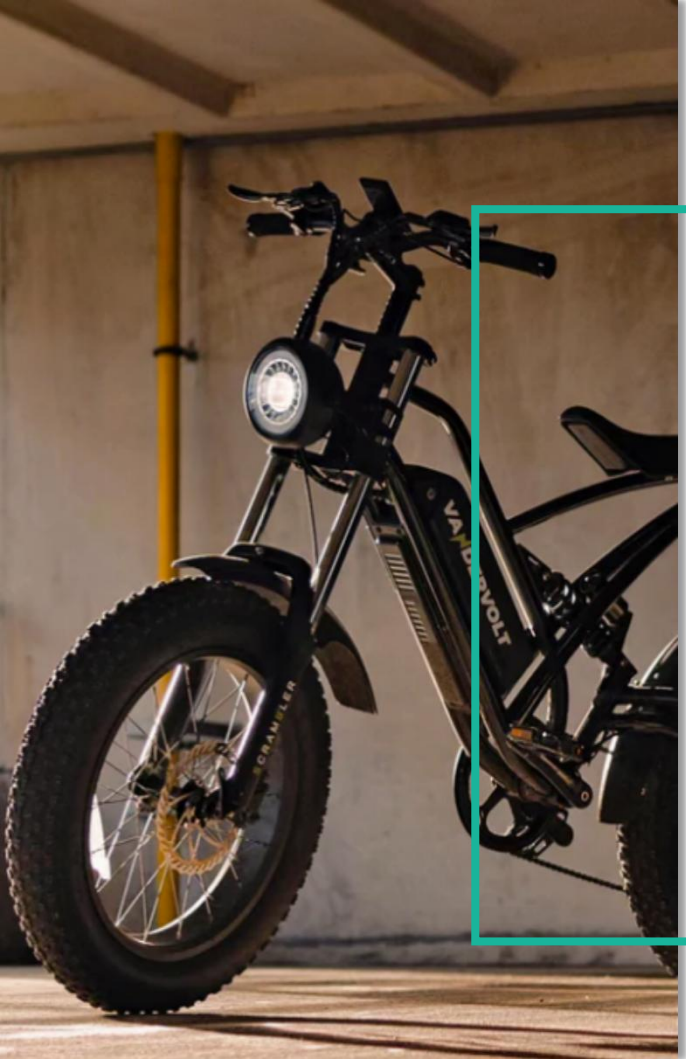


大数跨境
www.10100.com

前言 PERFACE

电动自行车（E-Bike）是一种在传统自行车基础上增加新能源动力辅助系统的两轮短途出行工具，实现了电机、控制台、蓄电池等部件的机电一体化，其速度可达到普通自行车的两倍。无论作为短途出行工具，还是作为轻运动娱乐产品，E-Bike都展现出其独特的价值。近年来，随着绿色出行理念的全球化，E-Bike在国内外市场备受消费者青睐。

本报告基于详实的数据和信息，结合相关独立站的案例，对E-Bike市场动态、消费者需求及行业发展前景进行深入调研与分析，旨在帮助企业预测市场变化、把握市场机遇、提升市场竞争力。如果您还想获取更多跨境行业资讯，欢迎扫描右下角二维码关注大数跨境公众号，我们会定期分享最新行业信息。



目录 | Content

大数跨境
www.10100.com

01 市场概况

02 热门地区分析

03 消费者洞察

04 行业分析

05 独立站案例分析

大数跨境
www.10100.com

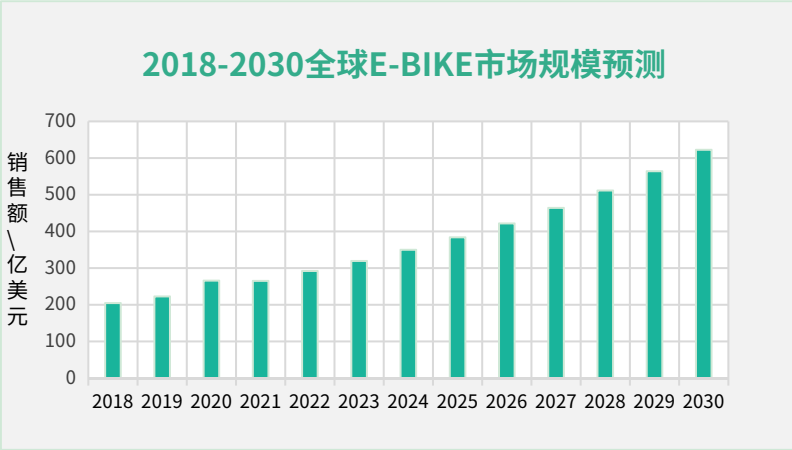
PART 01

市场概况

01 E-Bike定义

E-Bike是指电助力自行车，最初起源于日本，后在欧洲发展壮大。按照欧盟法规，相关产品通常分为三大类：电动助力自行车 (Pedelec)、高速型电动助力自行车 (S-Pedelec) 和电动自行车 (E-Bike)。其结合了传统骑行和现代技术的优点，为人们提供了一种环保、成本效益高且方便的交通替代方式。无论是通勤、休闲还是健身，电动自行车都提供了多功能且愉快的骑行体验。近年来，全球电动自行车市场呈指数级增长。由于传统通勤方式因其对环境的影响和交通拥堵问题而受到审查，电动自行车已成为一种引人注目的替代交通方式。

海内外市场规模



数据来源 Statista

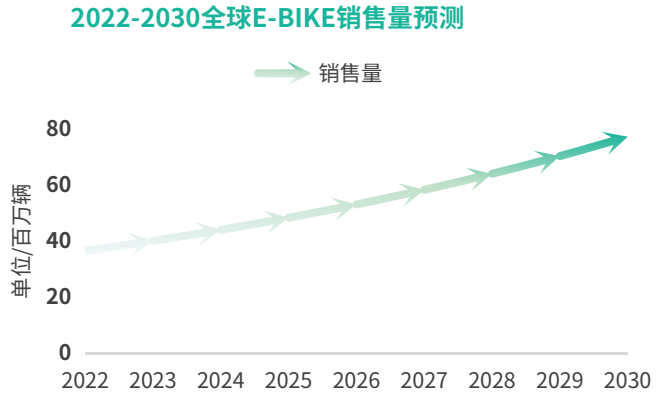
E-Bike全球市场规模呈逐年增长趋势

2024年Ebike的全球市场规模估计为**350亿美元**，预计到2030年将达到**622.5亿美元。**

预测期内（2024—2030年），该市场以略低于10%的复合年增长率攀升。

E-Bike全球销售量呈现稳步增长趋势

现阶段，全球电动车销售量逐年递增，但市场并未达到饱和，预测2024年至2030年将继续保持增长趋势。



数据来源 Statista

数据来源 魔镜

数据来源 魔镜

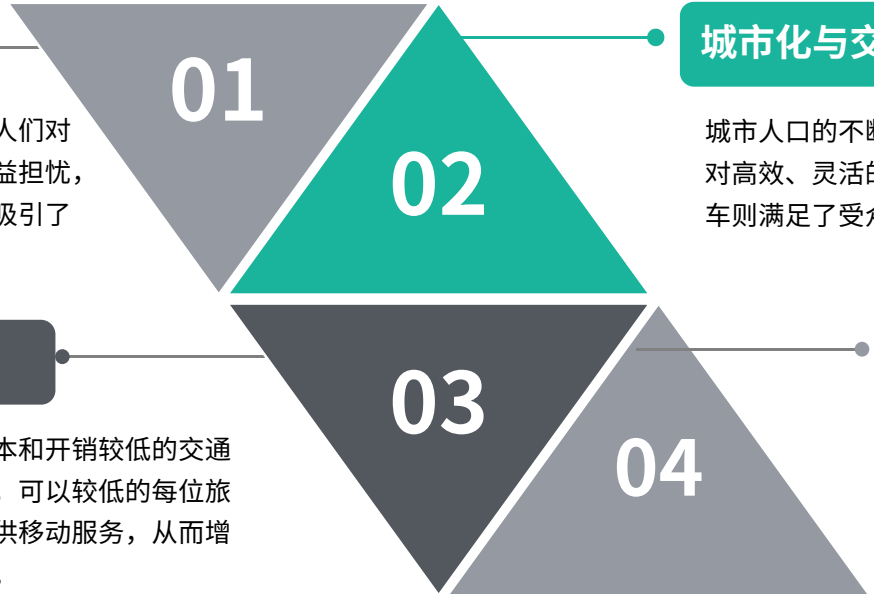
国内电商市场规模

- 2023年E-Bike在国内主流电商平台销售金额为4034.7万元，主要社交平台上相关讨论话题达3.3万+，互动量达518.9万人次，目前在我国仍属于小众市场。

国外电商市场规模

- 与国内市场相比，E-Bike在海外市场规模更大，2023年，成人电动自行车在美国亚马逊平台销售额达到28亿元，同比增速57.3%。
- 美国民众对E-Bike的接受度较高，销量已超电动和插电式混合动力汽车。

大数跨境 www.10100.com



环保意识

电动自行车技术的进步以及人们对传统车辆污染和碳排放的日益担忧，电动自行车越来越受欢迎，吸引了更广泛的消费者。

城市化与交通拥堵

城市人口的不断增加和交通拥堵的加剧推动了人们对高效、灵活的交通解决方案的需求，而电动自行车则满足了受众这一需求。

微型交通工具发展

电动自行车作为一种运营成本和开销较低的交通工具，使用方式也较为灵活，可以较低的每位旅行者成本并，为多次旅程提供移动服务，从而增强高容量固定路线交通系统。

政府激励

全球范围内的扶持政策和激励措施鼓励消费者购买电动自行车，这些相关措施不断促进了电动自行车市场增长。

品类分析

2000美元以内：该价格段为E-Bike产品的主力价格区间，这属于一个低端市场，非常大众化，消费者主要用与通勤。

2000-3000美元：该价格段主要为休闲产品，比如山地车，主要消费群体为户外爱好者，对产品的要求比通勤车要高一点。

3000-5000美元：属于高端市场，该价位区间既包括休闲户外运动自行车，也包括专业的运动自行车。

5000美元以上：该价位对应的主要为专业骑行自行车，比如赛事自行车、越野自行车。

产品细分

近年来，随着人们对环境问题的认识不断提高，越来越多的人开始寻求环保的交通方式，踏板助力电动自行车被视为短途通勤和城市交通中比汽车更环保的替代品。因此踏板助力电动自行车的需求大幅增长。

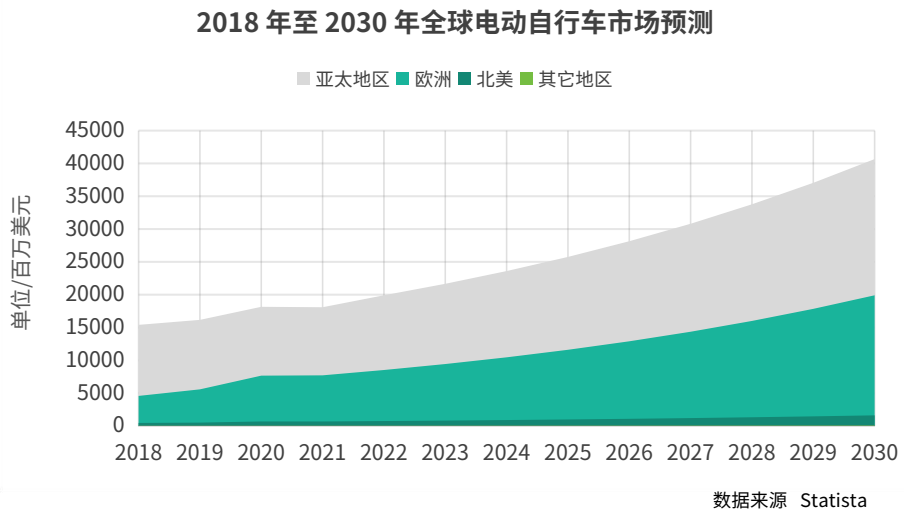
与其他类型的电池相比，锂离子电池每单位重量可以储存更多能量。这使得它们成为电动自行车的理想选择，因为它们可以提供更长的续航里程，但不会显著增加自行车的重量。

- 应用
  - 山地/徒步自行车
  - 货物
  - 其他
- 设计
  - 折叠
  - 不可折叠
- 模式
  - 风门
  - 踏板辅助
- 电机类型
  - 轮毂电机
  - 中置驱动
  - 其他
- 电池类型
  - 铅酸
  - 锂离子
  - 镍氢电池 (NiMH)
  - 其他
- 等级类别
  - 一级
  - 二级
  - 三级

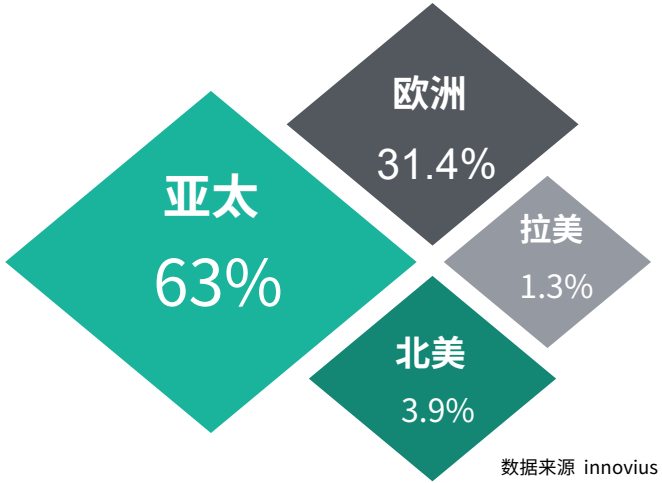
PART 02

热门地区分析

地区总览



数据来源 Statista



数据来源 innovius research

★ **亚太地区占有最大的市场份额，北美地区销售增速最高。**

在全球电动自行车市场中，亚太、北美、欧洲是电动自行车（E-Bike）车主要销售阵地，亚太地区占比**约为63%，**其次是**欧洲（31.4%）和北美（3.9%）**。

北美市场，人们对健康和环保意识的增强、城市交通拥堵的加剧以及自行车道网络的扩大都促进了推动了电动自行车市场的增长。尤其是美国和加拿大，虽然其起步比欧洲要小，但正处在快速增长的阶段。

热门地区分析——亚太地区

数据来源 Mordor intelligence

119.7亿
2024年市场规模（美元）

146.7亿
2029年市场规模（美元）

11.32%
复合年增长率（2017-2023）

4.15%
复合年增长率（2024-2029）

- 亚太地区作为全球最大的电动自行车市场，将预计依旧保持其市场地位，其中，日本、韩国、印度等国都是潜在的发展市场。
- 2024 年亚太电动自行车市场规模估计为 119.7 亿美元，预计到 2029 年将达到 146.7 亿美元，预测期内（2024-2029 年）的复合年增长率为 4.15%。
- 电动自行车市场，尤其是中国和日本的踏板助力电动自行车市场，随着单位销售增长停滞不前，已达到饱和点。

热门地区分析——亚太地区

大数跨境 www.10100.com

• 市场概况

• 领先的市场参与者 爱玛

爱玛是亚太地区最大的自行车供应商，在中国拥有强大的客户群，而中国是最大的自行车市场，同时爱玛在其他亚洲国家也有强大的客户覆盖范围。

市场份额13.2%（2022年）

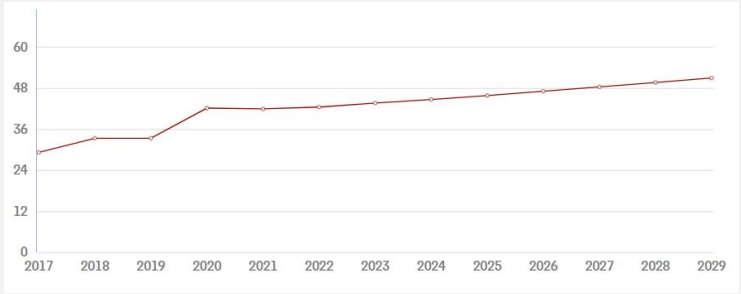
• 最大的国家 中国

随着人口不断增加，以及电动自行车在各场合的使用率不断提高，中国已成为亚太地区使用电动自行车最多的国家。

价值份额90.04%（2023年）

• 趋势分析

2017-2019亚太地区电动自行车渗透率/销量百分比



数据来源 Mordor intelligence

亚太地区电动自行车的市场渗透率总体呈增长趋势。

疫情期间，受国家政策及出行理念的影响，亚太地区电动自行车市场渗透率出现小范围的波动。

印度尼西亚、印度、新加坡和韩国预计将在不久的将来出现显着增长。

热门地区分析——日本

• 市场规模

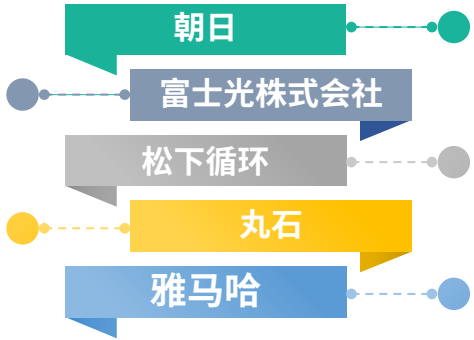
9.9亿 2024 年市场规模（美元）	17.8亿 2029 年市场规模（美元）
13.05% 复合年增长率（2017-2023）	12.57% 复合年增长率（2024-2029）

数据来源 Mordor intelligence

2024 年日本电动自行车市场规模预计为 9.9 亿美元，预计到 2029 年将达到 17.8 亿美元，预测期内（2024-2029 年）的复合年增长率为 12.57%。

• 市场分析

★ 日本电动自行车的市场领导者



日本电动自行车市场比较分散，前五大公司占据了31.11%的市场份额，主要参与者为朝日自行车株式会社、富士光株式会社、丸石自行车、松下自行车技术有限公司和雅马哈自行车。

热门地区分析——欧洲

• 市场概况

• **领先的市场参与者 GIANT**

强大的品牌知名度、庞大的供应链网络、以及在欧洲各国提供的广泛的产品组合是捷安特成为欧洲最大品牌的因素。

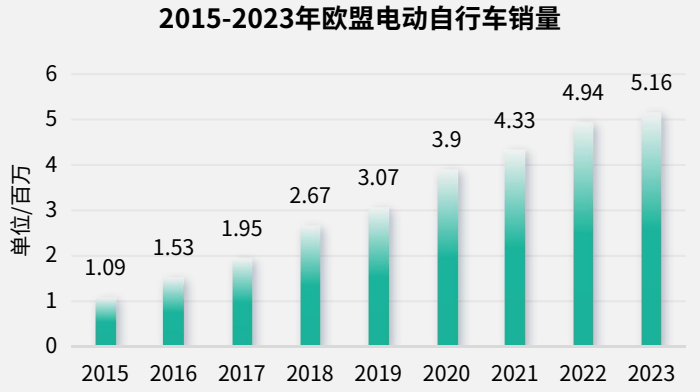
市场份额：10%（2022年）

• **最大的国家 德国**

由于汽车电气化的增加、政府的严格规范以及消费者对更清洁的骑行方式的兴趣日益浓厚，德国的电动自行车数量位居世界第一。

价值份额：44.29%（2023年）

• 趋势分析



数据来源 Statista

欧洲的电动自行车市场接受度和消费者兴趣不断增长，普及率稳步上升。

预计欧洲电动自行车市场将平稳增长。

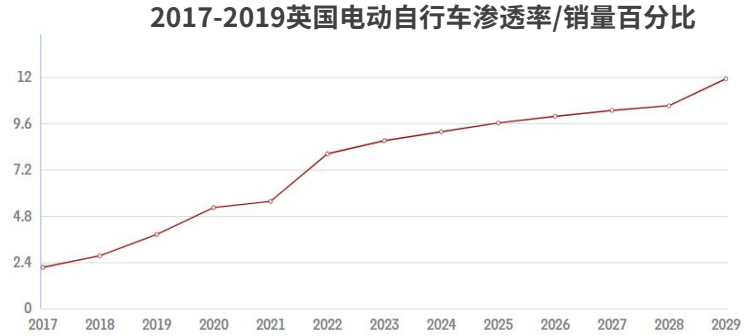
热门地区分析——英国

• 市场规模

数据来源 Mordor intelligence

2024 年英国电动自行车市场规模估计为 5.0137 亿美元，预计到 2029 年将达到 8.3285 亿美元，预测期内（2024-2029 年）的复合年增长率为 10.68%。

• 趋势分析



数据来源 Mordor intelligence

英国的电动自行车普及率稳步上升，反映出市场接受度和消费者兴趣不断增长。

2018 年是英国电动自行车销量创纪录的一年。

随着消费者对电动自行车认识的提高，预计电动自行车市场将大幅增长。

热门地区分析——英国

- 踏板辅助价值份额79.9%由于国家法规禁止广泛使用连续油门辅助推进系统，预计踏板辅助自行车市场将占据主导地位。

- 目前，城市电动自行车因其燃油效率高、停车方便、节省时间、购买成本低等优点，在应用类型中占有最大的份额。占据71.33%的市场份额。

- 重量轻、快速充电能力、提供高续航能力、长寿命和高能量是使锂离子电池成为电池类型中最大细分市场的一些因素。占据98.74的市场份额。

08 热门地区分析——北美地区

数据来源 Mordor intelligence

- 领先的市场参与者 TREK

TREK

市场份额：
7.59%（2022年）

平均价格
815 美元

市场概况

2024 年北美电动自行车市场规模估计为 34.5 亿美元，预计到 2029 年将达到 75.4 亿美元，预测期内（2024-2029 年）的复合年增长率为 16.91%。

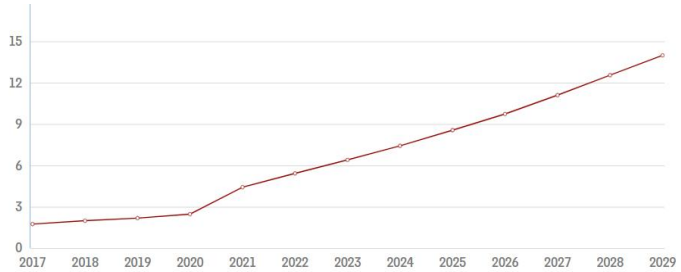
市场趋势

北美地区对电动自行车的需求巨大。燃油价格上涨、交通状况高度密集以及健康问题是导致北美各国越来越多地采用电动自行车的一些因素。

美国的电动自行车销量最高。

北美消费者对电动自行车的兴趣正在急剧增长。该地区各公司推出采用最新技术的新车型，吸引了消费者对电动自行车的兴趣。

2017-2019北美地区电动自行车渗透率，销量百分比



数据来源 Mordor intelligence

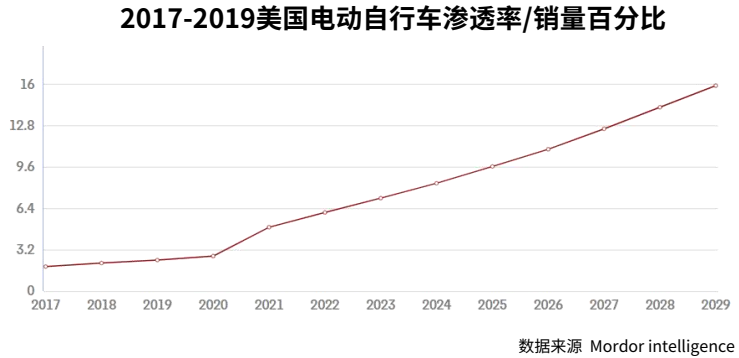
热门地区分析——美国

• 市场规模

数据来源 Mordor intelligence

2024 年美国电动自行车市场规模预计为 34.1 亿美元，预计到 2029 年将达到 74.9 亿美元，预测期内（2024-2029 年）的复合年增长率为 17.03%。

• 趋势分析



数据来源 Mordor intelligence

美国电动自行车的普及率持续强劲增长，表明电动自行车的普及度不断提高，市场规模不断扩大。

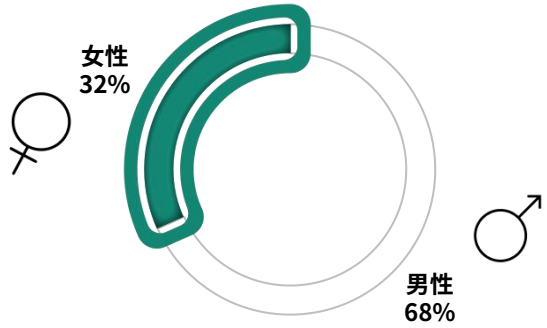
受疫情影响，与 2019 年相比，2020 年电动自行车的采用率进一步提高了 2.7%，2021 年的电动自行车普及率与 2020 年相比上升了 3%，预计在预测期内将增长 12.24%。

大数跨境
www.10100.com

PART 03

消费者洞察

消费者人口特征



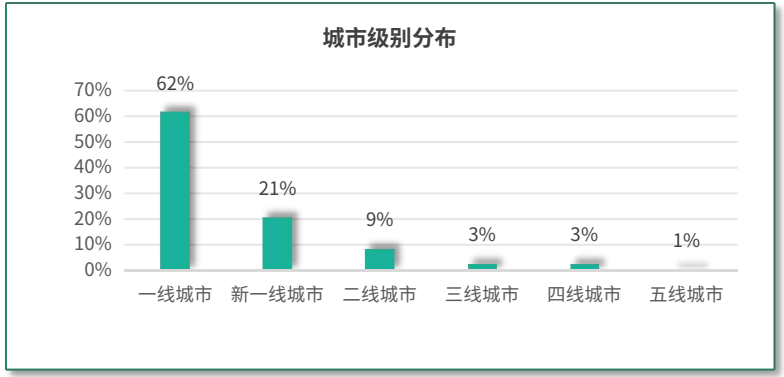
数据来源 魔镜

性别结构（中国消费者）

- 男女性别比：3:7 （女性31.68%，男性68.32%）
- 在大多数骑行率低的国家，女性骑自行车的可能性远低于男性。
- 在中国对电动自行车感兴趣的人群主要也为男性，男性更偏爱城市、户外和山地骑行，更愿意为电动自行车付费。

城市分布

在中国,电动自行车在一线城市和新一线城市更受欢迎，占比达83%，该城市内人群消费能力强，更热爱户外运动。

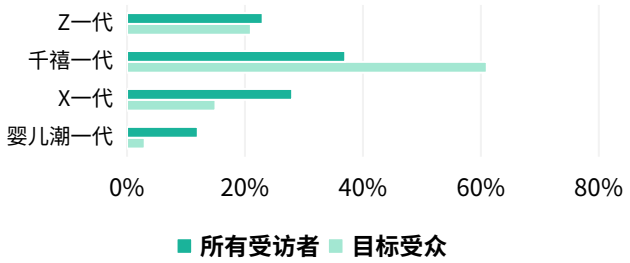


数据来源 魔镜

消费者人口特征

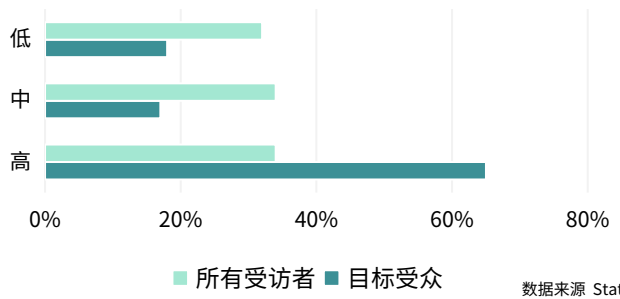
大数跨境 www.10100.com

美国消费者年龄分布



数据来源 Statista

美国消费者家庭收入



数据来源 Statista

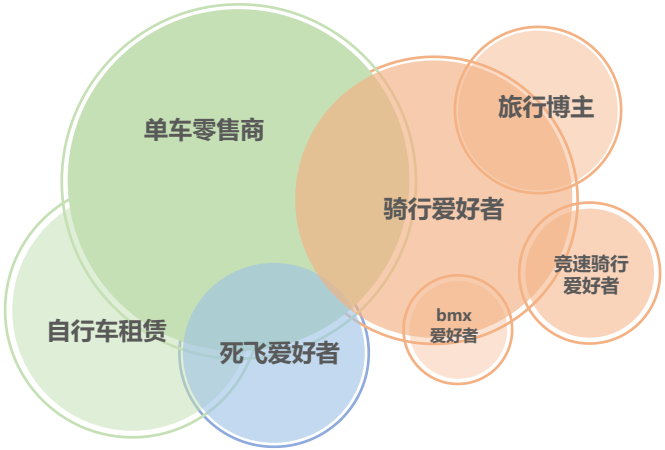
★ 千禧一代为主要目标消费人群

- 青年群体为主要目标消费群体。
- X和Y时代群体也是电动自行车消费的主力军，但远低于千禧一代人群。
- 入门级电动自行车仍有较大的发展空间

★ 高收入家庭为主要消费者

- 高收入家庭更有可能为电动自行车付费。
- 低中收入家庭消费者占比几近均等，但远低于高收入家庭。
- 目前电动自行车的中低端消费市场尚未打开，下沉市场尚有较大发展空间。

消费者细分



消费者群体分布

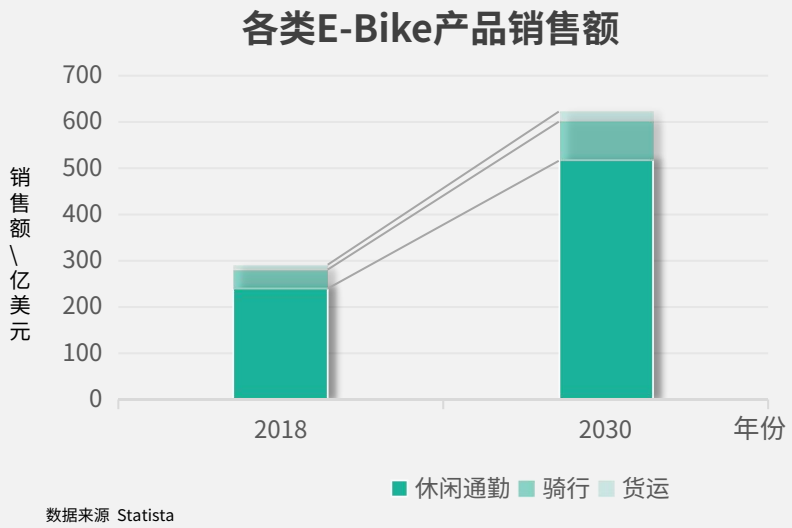
消费者需求：代步、娱乐、健身、货运。

消费者群体：单车零售商、自行车租赁、骑行爱好者、死飞爱好者、冒险爱好者、旅行博主、bmx。

核心用户：骑行爱好者

骑行爱好者对电动自行车的性能级性价比有较高的需求，高速度、高续航、高舒适性能帮助骑行者应对长距离骑行及陡峭的路段。

消费者细分



数据来源 Statista

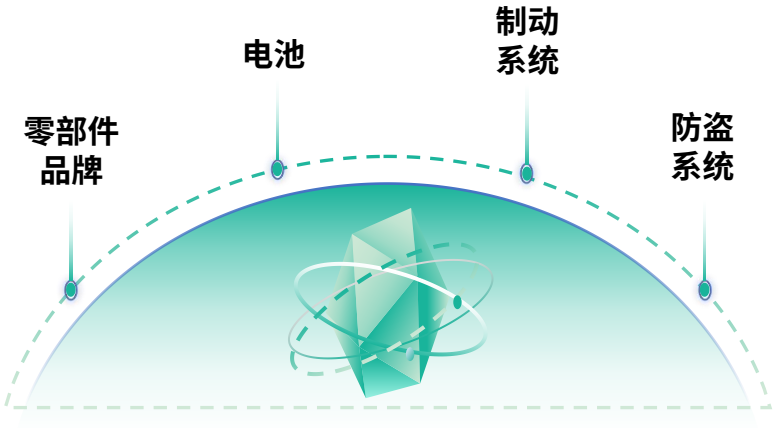
休闲通勤细分市场占据了最大的收入份额，电动自行车越来越多地用于休闲和徒步旅行，加上人们对以性能为导向的冒险的认识不断提高，预计将推动这一细分市场的进一步增长。

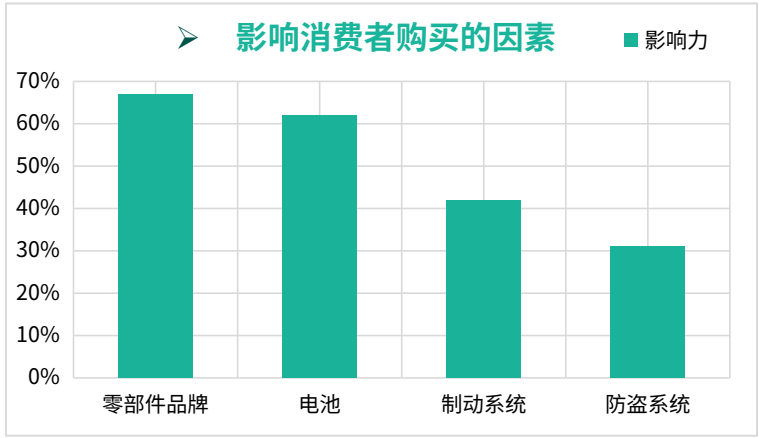
与此同时，货运领域预计将出现大幅扩张，预测期内复合年增长率 (CAGR) 为 15.44%。物流和货运活动的激增，推动了对货运电动自行车的需求，特别是在印度和中国等国家。

影响消费者购买的因素

★ 品牌是影响消费者购买的决定性因素

E-Bike消费者更偏爱大品牌，除电动自行车本身的品牌外，其零部件品牌也是影响消费者购买决策的重要因素，相关调查显示，67%的电动自行车用户认为零部件品牌比电动自行车自身品牌更重要。约75%的被调查者表示，车载推进系统的品牌与性能等都是其购买产品时考虑的关键所在。此外，电池、制动系统、防盗系统也是消费者选择产品时的的重要参考。





数据来源 braind白皮书

大数跨境
www.10100.com

PART 04

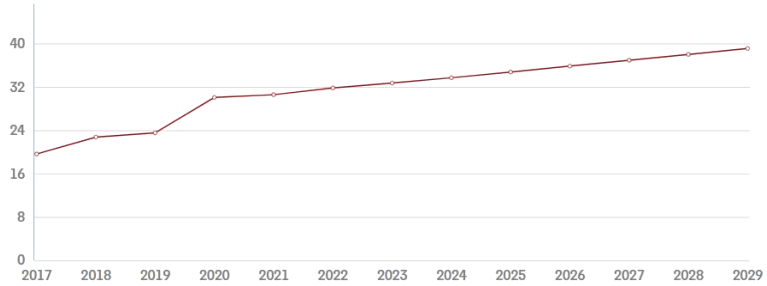
行业分析

市场分析

根据欧洲自行车行业联合会 (ECF) 提供的数据，2023 年上半年欧洲电动自行车销量下降了 11%，与 2022 年 22% 的增长相比大幅下滑，但E-Bike在欧洲市场的渗透率依旧在不断提升。

亚太地区预计将引领全球E-Bike市场。中国和印度对亚太地区的发展做出了重大贡献。中国的电动自行车使用量增加，从而增加了销量并影响了全球市场的扩张。印度政府大力推广电动摩托车，并计划将所有汽油驱动的汽车和卡车改为电力驱动。

2017-2019全球电动自行车渗透率，销量百分比



数据来源 Mordor intelligence

大数跨境 www.10100.com

E-Bike 产品趋势

实用性突出

目前，用于城市通勤类的E-Bike市场规模最大。北美E-Bike报告的调研数据显示，分别有34%和29.1%的消费者将其用作通勤和差事代步工具。总而言之，**E-Bike的实用属性是消费者更为关注的方面。**

货运电动自行车需求旺盛

E-Bike的商业应用也越来越普及，比如快递服务、餐饮业外卖，在欧洲还能看到许多人骑着电动自行车去学校接送小孩、去商店购物，这已经成为常态。**货运电动自行车或许是个值得重点关注商业机会。**

锂电池性能更好，日用占比趋增

锂离子电池有着更高的耐用性，续航能力有所提升，使用周期也长，2015年，锂电池应用于E-Bike的需求为0，**但到2025年，预计全球锂电池需求的14%将归因于锂再电动自行车中的应用。**

宽轮胎车型风靡

宽轮胎自行车具有出色的**越野性能，**可兼容越野通勤多种场景。在恶劣的环境和天气中骑行也不费力，日常通勤使用也很**实用，**是多功能性和实用性的完美结合，

出海优势

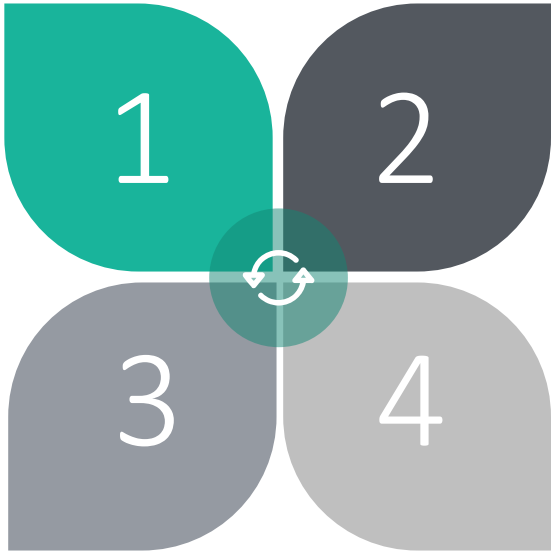
- **国外政策支持**

为了减少碳排放，欧美国家相继出台补贴政策，以鼓励居民购买 Ebike。

在美国，购买 Ebike 可享受折扣或税收优惠，各项补贴高达数十亿美元；在加拿大，每购买一辆价格高于 1000 美元的 Ebike 可返现 750 美元；在法国更换一辆 Ebike，最高甚至能领取 4000 欧元的补贴……

- **极致的性价比**

国产品牌大多走的性价比路线，如首个进驻欧美商超的国产 Ebike 品牌大鱼智行车，其定价只有几百美元，很快便在海外打开了中低端市场。



- **高效的供应链体系**

Ebike 的车架来自于传统自行车、摩托车的架构，电池、电机、电控，这三电的供应链则是源自于智能汽车、电动两轮车产业的溢出。而无论是传统自行车产业、两轮电动车产业，还是电动汽车产业，其国产供应链都已经逐渐成熟。

- **庞大的市场细分**

E-Bike的配件品类较多，累积起来也形成了一个庞大的市场细分，这些市场细分，对于中小卖家而言制造门槛并不高，并不像E-Bike本身具有较高的技术壁垒，且成本较低，供应链压力小。

出海风险

出海风险

- **制造成本增加**：2021年其铝合金、钢等材料价格大幅度上涨，基于此，电动自行车整车及其零配件价格成本也相应上涨。
- **囤货积压**：近三年间，美国市场对于中国企业有着持续不断吸引力。各企业蜂拥而至，以至造成囤货积压的情况。若Ebike囤货无法消化，Ebike中的锂电池搁置2-3个月，极大可能面临漏电和坏掉风险，那么货品便成了残次品。
- **准入门槛高**：北美、欧洲市场准入要求较为严格，出口需满足“CE”、“ROHS”和“REACH”认证（REACH非强制认证，但市场认可度高），需做EN15194认证和CE-MD机械指令，具有无线功能的电动自行车还需做CE-RED无线指令。

发展预测

发展预测

目前，E-Bike市场发展尚未饱和，短期来看，市场前景良好，而且这类产品也很能发挥中国制造的供应链优势，但也存在一些不确定性。在国内市场，有上百家公司入局Ebike，在全世界也有约300个正在销售的E-Bike品牌。大量品牌的涌入让市场供大于求，品牌的成功与沉没速度相当。随着赛道越来越拥挤，该领域的竞争也将白热化，出海企业极有可能陷入价格战。长远来看，品牌必须要找到可持续的发展方式，定位到自己的核心竞争力所在，才可能在市场竞争中幸存。

市场扩展

- 城市通勤：随着城市化进程的加快和交通拥堵问题的加剧，越来越多的城市居民将选择电动自行车作为日常通勤工具。
- 共享出行：共享电动自行车服务将进一步普及，为人们提供灵活、环保的出行方式。共享平台将加强管理和维护，提升用户体验。
- 多元化应用场景：除了通勤，eBike 在休闲骑行、旅游观光、快递配送和货物运输等领域的应用将更加广泛。

大数跨境
www.10100.com

PART 05

品牌案例分析

案例一

TENWAYS

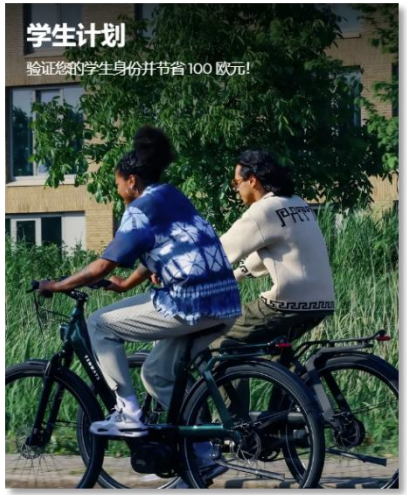
TENWAYS主要面向欧美市场，是深圳市十方运动科技有限公司推出的E-Bike品牌，由千里达集团孵化而来。TENWAYS的品牌定位是解决城市通勤，主要开发和生产易干使用且环保的电助力自行车。首款TENWAYS车型在募集资金成功后进入全球市场，实体门店超200家。总部设在欧洲荷兰，主要负责品牌设计和销售。研发，运营以及供应链中心则在亚洲。

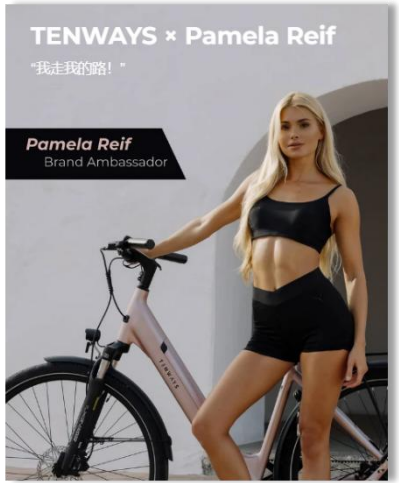
品牌价值

2021年，TENWAYS完成了由高瓴创投独家投资的Pre-A轮融资；2022年，其获得了来自阿里巴巴、腾讯、华映资本等的A轮融资。

2023年年初TENWAYS 完成了由L Catterton领投的3亿人民币A轮融资，募集资金将主要用于产品研发、市场营销、供应链拓展、团队建设等。分析TENWAYS的营销经验可以为我们带来许多重要启示，能从中获取到实用的出海建议，包括如何捕捉和满足市场需求，如何通过产品和服务质量的提升塑造品牌形象。

线上线下相结合





线下渠道：TENWAYS在欧美地区有400多家经销商门店，合作的中大型经销商有德国的Little John Bikes(56家), Lucky-Bike (35家), Mega Bike GmbH（15家），还有荷兰的www.fietsenwinkel.nl（11家）。

作为非博世电机车型，TENWAYS仍然可以在欧洲建立非常庞大的销售网络，这一点尤为可贵。

线上渠道：自营渠道月均流量在50万以上。跟英国的自媒体 Electroheads建立了良好的合作关系，该自媒体旗下账号月均流量也可以达到50万左右。

达人效应&网站设计

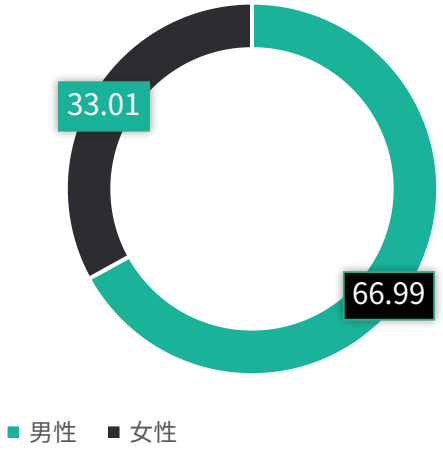
达人效应：TENWAYS借助本土达人效应。2022年6月，TENWAYS签约世界女子短道速滑的领军人物舒尔廷为品牌大使；2023年，又与德甲豪门多特蒙德正式合作，签约全球顶流健身网红帕梅拉出任品牌大使。相关品牌推广活动，助力TENWAYS在欧洲市场初立品牌形象。

网站设计：从独立网站的设计构思，TENWAYS对欧洲市场用户的审美喜好、生活节奏、文化特点等方面进行充分调研，并根据其设计构思独立网站，使其海外官网更符合欧洲市场的调性。

用户画像

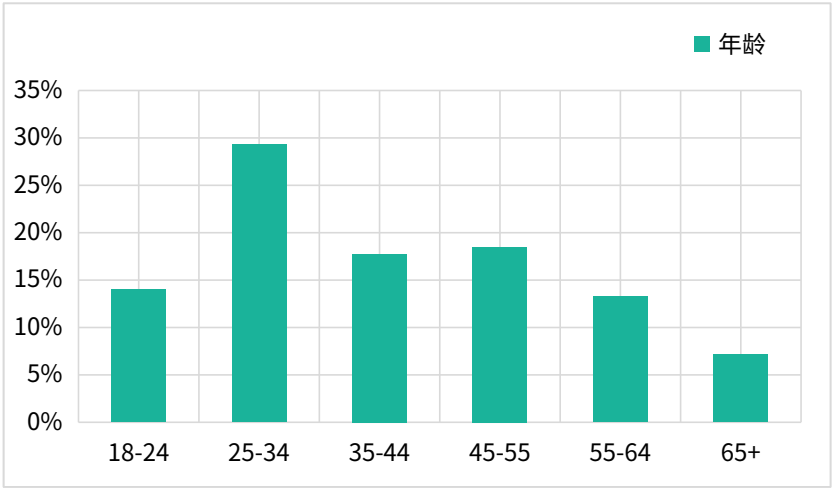
性别分布

- 男性消费者较多



年龄分布

- 年龄段较为平均，25-34岁占比最大，为29.3%。



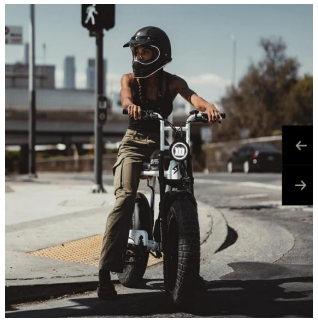
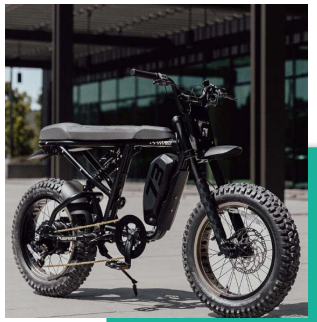
数据来源 similarweb

案例二

SUPER73

SUPER73成立于2016年，总部位于加利福尼亚州奥兰治县，隶属于名为Lithium Cycles Company旗下品牌，是一个融合摩托车传统和青年文化的美国生活方式冒险品牌。以摩托车式电动自行车，为名人定制的自行车构造以及引人注目的电动自行车合作产品线而闻名。该品牌通过强调独到的设计，过硬的制造技术和当地社群的参与而驰名全球。

品牌价值

SUPER73目前，唯一一个由网红IP打造的E-Bike 企业，其通过独特的设计、高性能、强大的品牌社区、持续的创新、优质的产品以及环保理念等赢得了广泛的消费者支持，也在电动自行车市场中树立了自己的品牌标杆。

通过分析该品牌，企业可以从中获得宝贵的经验教训，了解品牌如何通过价值观和文化吸引和维系消费者，借鉴创新策略，提升自身的品牌管理水平。

网红IP&社区打造

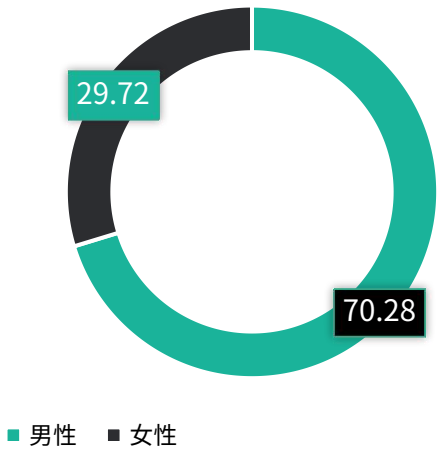
网红IP：SUPER73与名人和社交媒体影响者建立合作关系，让他们试用和展示品牌的电动自行车。这些合作不仅提升了品牌曝光度，还通过可信赖的第三方验证了产品的价值。例如，许多知名人物在自己的社交媒体账号上骑行 SUPER73，并分享他们的体验。

社区打造：注重品牌社区的建设，鼓励用户分享他们的骑行故事和照片，创建了一个充满活力和互动性的品牌社区。这种社区感增强了用户的归属感和品牌忠诚度，使用户成为品牌的忠实支持者和传播者。

用户画像

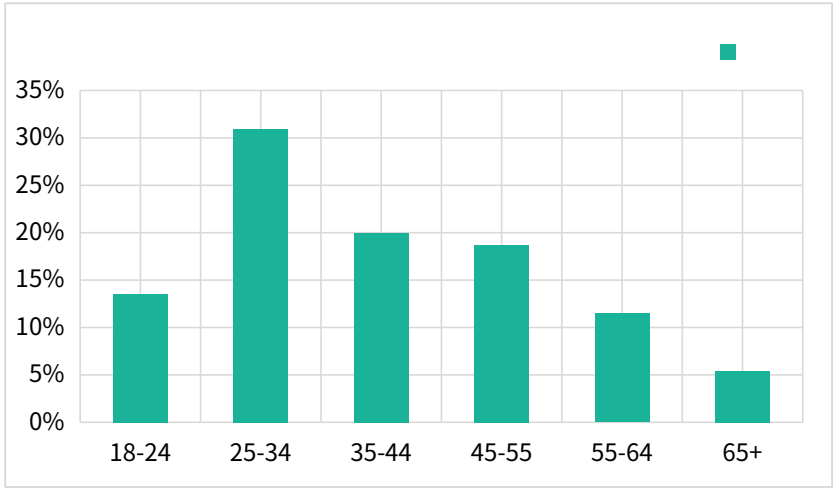
性别分布

- 男性消费者较多



年龄分布

- 年龄段较为平均，25-34岁占比最大，为30.96%。



数据来源 similarweb

EPILOGUE 结语

目前，全球尤其是海外市场对E-Bike需求呈现上升趋势，这为相关企业进行海外市场营销提供了一定机遇，但同时，E-Bike的出海依旧伴随着各种挑战。各企业主应综合评估市场发展态势，做出合理的决策，使企业在激烈的市场竞争中稳步前行。

后续大数跨境还将陆续推出更多的市场及行业报告，为各位跨境从业者提供更深入全面的观察和分析。扫描右下角二维码，关注大数跨境公众号，在这里您可以及时获取跨境行业资讯和最新市场解读，期待与您在这个旅程中相遇。

大数跨境
www.10100.com

“让全球消费者爱上中国品牌”的美好愿景

值得我们每个跨境人为之努力。

关于我们

- 大数跨境来源于世界最大数古戈尔数（GOOGOL），我们旨在成为跨境媒体界的古戈尔数，并探索更大的品牌能级。大数跨境集合了跨境行业优质企业资源，为行业从事者提供真实有效的一线资讯，赋能跨境生态优质发展，为中国出海事业实力护航。
- 全链路的跨境资源整合。运营管理、汇率支付、仓储物流等优质信息都可以在这里找到，大数跨境积极为商家解决出海难题、发掘更多行业机会。
- 高质量的跨境资讯平台。从海外消费趋势解读到行业内容深度洞察，从跨境知识百科到圈内趣闻八卦，大数跨境致力于提供一个全方位、多角度的跨境电商信息集合地。
- 数字化的跨境生态领域。大数跨境始终秉持着“让信息无差共享”的理念，在这里凝聚起出海力量，以期为跨境企业注入出海新动力，为中国电商事业在海外的蓬勃发展贡献新力量。
- 大数一下马上跨境，关注www.10100.com 。