

2020-2026年中国新能源乘 用车市场前景研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国新能源乘用车市场前景研究与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202003/31-341294.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2019年前三季度，新能源汽车销量为72.1万辆，其中乘用车销售62.85万辆，占比87.2%，YOY+93.9%；在新能源乘用车中，EV销售45.23万辆，YOY+75.3%，占比72%；PHEV销售17.63万辆，YOY+166.3%，占比28%。PHEV同比增速超过EV。预计乘用车全年销售超100万辆，YOY+72.4%，其中EV超70万辆，YOY+48.8%，PHEV约30万辆，YOY+171%。2019年乘用车月度销量呈波浪式增长。主要原因有二，一是因2017年年底电池和整车库库存积压过多，前几个月一直在消耗去年库存，未带动产业链需求，二是18年首设过渡期，过度期末5，6月冲量明显。从下半年月度销量来看，逐月稳步增长，恢复常态。同时由数据分析得知，因受补贴影响较大，EV月度销量相比于PHEV波动较大，但整体波动相对于2017年有所减弱。历年新能源乘用车销量（单位：万辆）数据来源：公开资料整理历年新能源乘用车销量结构（单位：%）数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国新能源乘用车市场前景研究与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了新能源乘用车行业市场发展环境、新能源乘用车整体运行态势等，接着分析了新能源乘用车行业市场运行的现状，然后介绍了新能源乘用车市场竞争格局。随后，报告对新能源乘用车做了重点企业经营状况分析，最后分析了新能源乘用车行业发展趋势与投资预测。您若想对新能源乘用车产业有个系统的了解或者想投资新能源乘用车行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 新能源乘用车行业发展概述

第一节 新能源乘用车的概念

一、定义

二、特点

第二节 新能源乘用车行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 新能源乘用车行业产业链分析

第二章 2016-2019年中国新能源乘用车行业运行环境分析

第一节 2016-2019年中国宏观经济环境分析

第二节 2016-2019年中国新能源乘用车行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

(一) 继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度

(二) 采取组合调控措施，确保物价水平稳定

(三) 推动节能减排市场化运作

二、新能源乘用车行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2016-2019年中国新能源乘用车行业发展社会环境分析

第三章 2016-2019年中国新能源乘用车行业市场发展分析

第一节 新能源乘用车行业市场发展现状

一、市场发展概况2017年1-10月乘用车EV销量结构（单位：%）数据来源：公开资料整理
2019年1-10月乘用车EV销量结构（%）数据来源：公开资料整理

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 新能源乘用车行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国新能源乘用车行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 新能源乘用车行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2020-2026年新能源乘用车行业市场发展趋势

第四章 2014-2019年中国新能源乘用车所属行业主要指标监测分析

第一节 2014-2019年中国新能源乘用车产业工业总产值分析

一、2014-2019年中国新能源乘用车产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2014-2019年中国新能源乘用车产业主营业务收入分析

一、2014-2019年中国新能源乘用车产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2014-2019年中国新能源乘用车产业产品成本费用分析

一、2014-2019年中国新能源乘用车产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2014-2019年中国新能源乘用车产业利润总额分析

一、2014-2019年中国新能源乘用车产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2014-2019年中国新能源乘用车产业资产负债分析

一、2014-2019年中国新能源乘用车产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2014-2019年中国新能源乘用车行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 中国新能源乘用车行业区域市场分析

第一节 华北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第二节 东北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第三节 华东地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第四节 华南地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第五节 华中地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第六节 西南地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第七节 西北地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第六章 新能源乘用车行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第四节 2016-2019年新能源乘用车行业竞争格局分析

- 一、国内外新能源乘用车竞争分析
- 二、我国新能源乘用车市场竞争分析
- 三、国内主要新能源乘用车企业动向

第七章 新能源乘用车企业竞争策略分析

第一节 新能源乘用车市场竞争策略分析

- 一、市场增长潜力分析
- 二、主要潜力品种分析

三、现有新能源乘用车产品竞争策略分析

四、潜力新能源乘用车品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 新能源乘用车企业竞争策略分析

第三节 新能源乘用车行业产品定位及市场推广策略分析

一、行业产品市场定位

二、行业广告推广策略

三、行业产品促销策略

四、行业招商加盟策略

五、行业网络推广策略

第八章中国新能源乘用车重点企业经营策略分析

第一节 上海乘用车集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 中国第一乘用车集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 奇瑞乘用车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 重庆长安乘用车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 比亚迪乘用车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节东风电动车辆股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九章 2020-2026年未来新能源乘用车行业发展预测分析

第一节 未来新能源乘用车行业需求与消费预测

- 一、2020-2026年新能源乘用车产品消费预测
- 二、2020-2026年新能源乘用车市场规模预测
- 三、2020-2026年新能源乘用车行业总产值预测
- 四、2020-2026年新能源乘用车行业销售收入预测
- 五、2020-2026年新能源乘用车行业总资产预测

第二节 2020-2026年中国新能源乘用车行业供需预测

- 一、2020-2026年中国新能源乘用车供给预测
- 二、2020-2026年中国新能源乘用车产量预测
- 三、2020-2026年中国新能源乘用车需求预测
- 四、2020-2026年中国新能源乘用车供需平衡预测

第十章中国新能源乘用车行业投资机会与风险分析

第一节 新能源乘用车行业投资机会分析

- 一、新能源乘用车投资项目分析
- 二、可以投资的新能源乘用车模式
- 三、2019年新能源乘用车投资机会
- 四、2019年新能源乘用车投资新方向
- 五、2020-2026年新能源乘用车行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响新能源乘用车行业发展的主要因素

- 一、2020-2026年影响新能源乘用车行业运行的有利因素分析
- 二、2020-2026年影响新能源乘用车行业运行的稳定因素分析
- 三、2020-2026年影响新能源乘用车行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年我国新能源乘用车行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年我国新能源乘用车行业发展面临的机遇分析

第三节 新能源乘用车行业投资风险及控制策略分析

- 一、2020-2026年新能源乘用车行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年新能源乘用车行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年新能源乘用车行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年新能源乘用车行业技术风险及控制策略
- 五、2020-2026年新能源乘用车同业竞争风险及控制策略
- 六、2020-2026年新能源乘用车行业其他风险及控制策略

第十一章 新能源乘用车行业投资战略研究

第一节 新能源乘用车行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国新能源乘用车品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、新能源乘用车实施品牌战略的意义
- 三、新能源乘用车企业品牌的现状分析
- 四、我国新能源乘用车企业的品牌战略
- 五、新能源乘用车品牌战略管理的策略

第三节 新能源乘用车行业投资战略研究

部分图表目录：

图表 新能源乘用车行业生命周期图

图表 新能源乘用车产品国内、国际市场成熟度对比

图表 新能源乘用车产品行业主要竞争因素分析

图表 2016-2019年各季度三次产业增加值累计增速

图表 2016-2019年工业增加值累计增速

图表 2016-2019年物价指数同比变化情况

图表 2016-2019年社会消费品零售总额情况

图表 2016-2019年固定资产投资完成额累计增速

图表 2016-2019年外贸进出口情况

图表 2016-2019年各季度居民收入累计值

图表 2016-2019年货币供应量同比增速

图表 2014-2019年新能源乘用车产品消费量变化图

图表 2016-2019年新能源乘用车企业品牌集中度分析

图表 2014-2019年新能源乘用车产品产能分析

图表 2014-2019年中国新能源乘用车产业工业总产值分析

图表 2014-2019年新能源乘用车不同规模企业工业总产值分析

图表 2014-2019年新能源乘用车不同所有制企业工业总产值比较

图表 2014-2019年中国新能源乘用车产业主营业务收入分析

图表 2014-2019年新能源乘用车不同规模企业主营业务收入分析

图表 2014-2019年新能源乘用车不同所有制企业主营业务收入比较

图表 2014-2019年中国新能源乘用车产业销售成本分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202003/31-341294.html>