

2021-2027年中国新能源公 交车市场研究与未来前景预测报告

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

《2021-2027年中国新能源公交车市场研究与未来前景预测报告》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/R0505/202012/17-377422.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

中国目前是全球最大的新能源汽车市场，国内外整车厂纷纷布局新能源汽车，一是随着外资股比开放，国外车企开始进入中国市场；二是合资企业加大在华车型投放；三是自主品牌不断加大产能投放，通过前期布局已经积累了一定的品牌认可度，车型布局逐步从以A及A以下级别车型逐步向B级车延伸，且性能不断提升。因此，行业竞争必然加剧，利好整个产业链良性发展，低端产能逐步出清，具有产业链充分布局、技术优势领先的整车厂有望提升自身市占率，利好自身及上下游产业链持续发展。国内外车企新能源汽车发展战略汇总

品牌 战略规划 奔驰 2025年推出10款电动车型，销量将会占据奔驰整体销量的15-25%。 宝马

2020年所有车系都具备电动选项，2025年之前将电动车及插电式混合动力车的销量比例提升至15-25%。 沃尔沃 2019年全系车型在中普及电气化，2025年售出100万辆新能源汽车。 大众

2025年集团旗下各品牌将推出80余款全新电动车，2030年集团旗下覆盖全球各级别市场的300余款车型均将

推出至少一款电动版本。在中国市场2020年实现在华销售新能源汽车40万辆，2025年实现150万辆目标。 福特 2020年全球新能源汽车销量占总销量的10-25%。2025年以前为中国消费者提供全面的电气化解决方案

通用 2020年至少推出10款新能源车型，2025年别克、雪佛兰和凯迪拉克旗下将令全部产品在华实现不同程度的电

气化。 丰田 2020年实现3万辆以上的氢燃料电池车销

售，2050年消除发动机车型，混合动力汽车和插电式混合动力汽车车型占总销量七成，燃料电池车和纯电动汽车占三成。

日产

2020年日产销售车辆的20%均将为零排放汽车

上汽集团

未来将推出30款新能源产品，其中纯电动汽车13款，插电式混合动力汽车17款，预计到2020年新能源汽车目

标年销量将突破60万辆，其中自主品牌新能源汽车销量达到20万辆。

东风汽车 到2020年在新能源汽车市场的占有率要达到15%-18%，销量目标要达到30万辆。 广汽集团

“1个研发平台”

，“5大核心技术”（电池系统、电机系统、电控系统、机电耦合系统和系统集成等），“3大

产品系列”（以纯电驱动和混合动力车型产品作为重点发展方向，形成混动、增程、纯电动三大系列产品）。到

2020年广汽集团自主与合资新能源汽车产能规模突破20万辆。 长安汽车

2020年完成三大新能源车专用平台的打造，2025年开始全面停止销售传统意义的燃油车，实现全谱系产品的电气

化，计划推出多种形态的纯电动车21款，插电式混合动力车12款。 吉利汽车

到2020年，吉利汽车将提前全面实现第四阶段企业平均5.0L/百公里燃油消耗限值、让消费者实现用传统汽车的成本购买插电式混动汽车

的梦想、实现新能源汽车销量占吉利整体销量90%以上等五项目标。

北汽新能源 “5”是指年产销达到50万辆；“6”是指年营业收入达到600亿元；“1”是指企业实现上市，市值达到1000亿

元；“5”是指实施五大战略，包括品质增长、创新发展、服务转型、互联网+、开放合作。

比亚迪 七大常规领域（城市公交、出租车、道路客运、城市商品物流、城市建筑物流、环卫车、私家车）、四大特殊领域（仓储、矿山、机场、港口）全国范围内大力推广新能源汽车。

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国新能源公交车市场研究与未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了新能源公交车行业市场发展环境、新能源公交车整体运行态势等，接着分析了新能源公交车行业市场运行的现状，然后介绍了新能源公交车市场竞争格局。随后，报告对新能源公交车做了重点企业经营状况分析，最后分析了新能源公交车行业发展趋势与投资预测。您若想对新能源公交车产业有个系统的了解或者想投资新能源公交车行业，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 新能源公交车行业相关基础概述及研究机构

1.1 新能源公交车的定义及分类

1.1.1 新能源公交车的界定

1.1.2 新能源公交车产品特性

1.1.3 新能源公交车分类

1.2 新能源公交车行业特点分析 目前国内燃料电池汽车主要以研发试点为主，量产车型有限，且产量尚低，处于初步发展阶段。然而，考虑氢燃料电池汽车具有加氢时间短、零排放等优点，能一定程度上弥补纯电动汽车和插电式混合动力汽车的不足，氢燃料电池汽车开始逐步引起国家及相关企业重视，随着研发不断加码，氢燃料电池汽车有望进入高速增长期。新能源汽车优缺点对比

新能源汽车种类	优点	缺点
氢燃料电池	零排放无污染；续航里程与内燃机汽车相当；	
混合动力汽车	续航里程与内燃机汽车相当	
纯电动汽车		续航里程焦虑；充电桩配套不充分；充电时间长；

添加燃料时间短；氢气作为电池燃料，具高能

源密度和高能量转换效率。

成本高：氢气成本高，且本身造价高昂；加氢站

等基础设施

缺乏

混合动力汽车

续航里程与内燃机汽车相当

搭载了内燃机，仍然存在碳排放和环境污染

纯电动汽车

零排放无污染

里程焦虑；充电桩配套不充分；充电时间长；

制造成本高

数据来源：公开资料整理

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 新能源公交车行业研究机构

1.3.1 新能源公交车行业介绍

1.3.2 新能源公交车行业研究优势

1.3.3 新能源公交车行业研究范围

第二章 2015-2019年中国新能源公交车行业市场发展环境分析

2.1 中国新能源公交车行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

- 2.1.2经济环境对行业的影响分析
- 2.2中国新能源公交车行业政策环境分析
 - 2.2.1行业监管环境
 - 1、行业主管部门
 - 2、行业监管体制
 - 2.2.2行业政策分析
 - 2.2.3政策环境对行业的影响分析
- 2.3中国新能源公交车行业社会环境分析
 - 2.3.1行业社会环境
 - 1、人口规模分析
 - 2、教育环境分析
 - 3、文化环境分析
 - 4、生态环境分析
 - 5、中国城镇化率
 - 6、消费观念变迁
 - 7、消费升级趋势
 - 2.3.2社会环境对行业的影响分析
- 2.4中国新能源公交车行业技术环境分析
 - 2.4.1新能源公交车生产工艺水平
 - 2.4.2行业主要技术发展趋势
 - 2.4.3技术环境对行业的影响

第三章中国新能源公交车行业上、下游产业链分析

- 3.1新能源公交车行业产业链概述
 - 3.1.1产业链定义
 - 3.1.2新能源公交车行业产业链
- 3.2新能源公交车行业上游-原材料产业发展分析
 - 3.2.1新能源公交车原材料产业发展现状
 - 3.2.2新能源公交车原材料产业供给分析
 - 3.2.3新能源公交车原材料供给价格分析
 - 3.2.4新能源公交车原材料供给区域分布
- 3.3新能源公交车行业下游-经销商情况分析

- 3.3.1 新能源公交车经销商发展现状
- 3.3.2 新能源公交车经销商规模情况
- 3.3.3 新能源公交车经销商区域分布
- 3.4 新能源公交车行业终端消费者消费情况分析
 - 3.4.1 中国人均新能源公交车消费情况
 - 3.4.2 新能源公交车消费者地域分布情况
 - 3.4.3 新能源公交车消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际新能源公交车行业市场发展分析

- 4.1 2015-2019年国际新能源公交车行业发展现状
 - 4.1.1 国际新能源公交车行业发展现状
 - 4.1.2 国际新能源公交车行业发展规模
 - 4.1.3 国际新能源公交车主要技术水平
- 4.2 2015-2019年国际新能源公交车市场需求研究
 - 4.2.1 国际新能源公交车市场需求特点
 - 4.2.2 国际新能源公交车市场需求结构
 - 4.2.3 国际新能源公交车市场需求规模
- 4.3 2015-2019年国际区域新能源公交车行业研究
 - 4.3.1 欧洲新能源公交车市场
 - 1、欧洲新能源公交车市场现状分析
 - 2、欧洲新能源公交车市场规模分析
 - 3、欧洲新能源公交车市场趋势预测
 - 4.3.2 美国新能源公交车市场
 - 1、美国新能源公交车市场现状分析
 - 2、美国新能源公交车市场规模分析
 - 3、美国新能源公交车市场趋势预测
 - 4.3.3 日韩新能源公交车市场
 - 1、日韩新能源公交车市场现状分析
 - 2、日韩新能源公交车市场规模分析
 - 3、日韩新能源公交车市场趋势预测
- 4.4 国际新能源公交车著名品牌分析
- 4.5 2021-2027年国际新能源公交车行业发展展望

- 4.5.1国际新能源公交车行业发展趋势
- 4.5.2国际新能源公交车行业规模预测
- 4.5.3国际新能源公交车行业发展机会

第五章2015-2019年中国新能源公交车行业发展概述

5.1中国新能源公交车行业发展状况分析

5.1.1中国新能源公交车行业发展阶段

5.1.2中国新能源公交车行业发展总体概况

5.1.3中国新能源公交车行业发展特点分析

- 1、中国新能源公交车市场规模快速增长
- 2、中国新能源公交车行业消费升级发展
- 3、中国新能源公交车行业健康化发展

5.22015-2019年新能源公交车行业发展现状

5.2.12015-2019年中国新能源公交车行业发展热点

5.2.22015-2019年中国新能源公交车行业发展现状

5.2.32015-2019年中国新能源公交车企业发展分析

5.3新能源公交车行业替代品及互补产品分析

5.3.1新能源公交车行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对新能源公交车行业的影响
- 3、替代品发展趋势分析

5.3.2新能源公交车行业互补产品分析

- 1、行业互补产品种类
- 2、主要互补产品对新能源公交车行业的影响
- 3、互补产品发展趋势分析

5.4中国新能源公交车行业细分市场分析

5.5新能源公交车行业渠道与行业品牌分析

5.5.1新能源公交车行业渠道分析

- 1、渠道形式
- 2、渠道要素对比
- 3、各区域主要代理商情况

5.5.2新能源公交车行业品牌分析

- 1、品牌数量分析
- 2、品牌推广方式分析
- 3、品牌美誉度分析
- 4、品牌的选择情况
- 5.5.3国际品牌对国产品牌的冲击分析
 - 1、国际品牌冲击国产品牌市场份额
 - 2、国际品牌具备的竞争优势分析
 - 3、国际品牌占据中国高端新能源公交车市场
- 5.6中国新能源公交车行业发展问题及对策建议
 - 5.6.1中国新能源公交车行业发展制约因素
 - 5.6.2中国新能源公交车行业存在问题分析
 - 5.6.3中国新能源公交车行业发展对策建议

第六章中国新能源公交车行业运行指标分析及预测

- 6.1中国新能源公交车行业企业数量分析
 - 6.1.12015-2019年中国新能源公交车行业企业数量情况
 - 6.1.22015-2019年中国新能源公交车行业企业竞争结构
- 6.22015-2019年中国新能源公交车行业财务指标总体分析
 - 6.2.1行业盈利能力分析
 - 6.2.2行业偿债能力分析
 - 6.2.3行业营运能力分析
 - 6.2.4行业发展能力分析
- 6.3中国新能源公交车行业市场规模分析及预测
 - 6.3.12015-2019年中国新能源公交车行业市场规模分析
 - 6.3.22021-2027年中国新能源公交车行业市场规模预测
- 6.42015-2019年中国新能源公交车区域市场规模分析
 - 6.4.1东北地区市场规模分析
 - 6.4.2华北地区市场规模分析
 - 6.4.3华东地区市场规模分析
 - 6.4.4华中地区市场规模分析
 - 6.4.5华南地区市场规模分析
 - 6.4.6西部地区市场规模分析

6.5中国新能源公交车行业市场供需分析及预测

6.5.1中国新能源公交车行业市场供给分析

- 1、2015-2019年中国新能源公交车行业供给规模分析
- 2、2021-2027年中国新能源公交车行业供给规模预测

6.5.2中国新能源公交车行业市场需求分析

- 1、2015-2019年中国新能源公交车行业需求规模分析
- 2、2021-2027年中国新能源公交车行业需求规模预测

6.62015-2019年中国新能源公交车行业产品价格分析

6.6.12015-2019年中国新能源公交车行业产品价格回顾

6.6.22015-2019年中国新能源公交车产品当前市场价格统计分析

6.6.32015-2019年中国新能源公交车产品价格影响因素分析

6.6.42021-2027年中国新能源公交车产品价格预测

6.7新能源公交车行业进出口分析

6.7.1出口分析

- 1、2015-2019年新能源公交车出口总况分析
- 2、2015-2019年新能源公交车出口量及增长情况
- 3、2015-2019年新能源公交车细分行业出口情况
- 4、出口流向结构
- 5、出口产品品牌分析
- 6、主要出口企业分析
- 7、出口价格特征分析

6.7.2进口分析

- 1、2015-2019年新能源公交车进口总况分析
- 2、2015-2019年新能源公交车进口量及增长情况
- 3、2015-2019年新能源公交车细分行业进口情况
- 4、国家进口结构
- 5、进口产品结构
- 6、进口价格趋势

第七章中国互联网+新能源公交车行业发展现状及前景

7.1互联网给新能源公交车行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代新能源公交车行业大环境变化分析

- 7.1.2互联网给新能源公交车行业带来的机遇分析
- 7.1.3互联网给新能源公交车行业带来的挑战分析
- 7.1.4互联网+新能源公交车行业渠道形势变革分析
- 7.1.5互联网+新能源公交车行业营销模式变革分析
- 7.1.6互联网+新能源公交车行业经营成本变化情况
- 7.2中国互联网+新能源公交车行业市场发展现状分析
 - 7.2.1中国互联网+新能源公交车行业投资布局分析
 - 1、 中国互联网+新能源公交车行业投资切入方式
 - 2、 中国互联网+新能源公交车行业投资规模分析
 - 3、 中国互联网+新能源公交车行业投资业务布局
 - 7.2.2新能源公交车行业目标客户互联网渗透率分析
 - 7.2.3中国互联网+新能源公交车行业市场规模分析
 - 7.2.4中国互联网+新能源公交车行业竞争格局分析
 - 1、 中国互联网+新能源公交车行业参与者结构
 - 2、 中国互联网+新能源公交车行业竞争者类型
 - 3、 中国互联网+新能源公交车行业市场占有率
 - 7.2.5中国新能源公交车企业互联网战略案例分析
- 7.3中国互联网+新能源公交车行业市场发展前景分析
 - 7.3.1中国互联网+新能源公交车行业市场增长动力分析
 - 7.3.2中国互联网+新能源公交车行业市场发展瓶颈剖析
 - 7.3.3中国互联网+新能源公交车行业市场发展趋势分析

第八章中国新能源公交车行业消费市场调查

- 8.1新能源公交车市场消费需求分析
 - 8.1.1新能源公交车市场的消费需求变化
 - 8.1.2新能源公交车行业的需求情况分析
 - 8.1.3新能源公交车品牌市场消费需求分析
- 8.2新能源公交车消费市场状况分析
 - 8.2.1新能源公交车行业消费特点
 - 8.2.2新能源公交车行业消费结构分析
 - 8.2.3新能源公交车行业消费的市场变化
 - 8.2.4新能源公交车市场的消费方向

8.3 新能源公交车行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 新能源公交车行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国新能源公交车行业市场竞争格局分析

9.1 中国新能源公交车行业竞争格局分析

9.1.1 新能源公交车行业区域分布格局

9.1.2 新能源公交车行业企业规模格局

9.1.3 新能源公交车行业企业性质格局

9.1.4 新能源公交车国际竞争格局分析

1、国际新能源公交车品牌格局

2、国际新能源公交车区域格局

3、国际新能源公交车市场集中度分析

4、中国新能源公交车市场国产品牌占比分析

9.2 中国新能源公交车行业竞争五力分析

9.2.1 新能源公交车行业上游议价能力

9.2.2 新能源公交车行业下游议价能力

9.2.3 新能源公交车行业新进入者威胁

9.2.4 新能源公交车行业替代产品威胁

9.2.5 新能源公交车行业现有企业竞争

9.3 中国新能源公交车行业竞争SWOT分析

9.3.1 新能源公交车行业优势分析（S）

9.3.2 新能源公交车行业劣势分析（W）

9.3.3 新能源公交车行业机会分析（O）

9.3.4 新能源公交车行业威胁分析（T）

9.4 中国新能源公交车行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国新能源公交车行业竞争策略建议

第十章新能源公交车行业领先企业竞争力分析

10.1厦门金龙汽车集团股份有限公司

10.1.1企业发展基本情况

10.1.2企业主要产品分析

10.1.3企业竞争优势分析

10.1.4企业经营状况分析

10.2郑州宇通客车股份有限公司

10.2.1企业发展基本情况

10.2.2企业主要产品分析

10.2.3企业竞争优势分析

10.2.4企业经营状况分析

10.3安徽江淮汽车股份有限公司

10.3.1企业发展基本情况

10.3.2企业主要产品分析

10.3.3企业竞争优势分析

10.3.4企业经营状况分析

10.4辽宁曙光汽车集团股份有限公司

10.4.1企业发展基本情况

10.4.2企业主要产品分析

10.4.3企业竞争优势分析

10.4.4企业经营状况分析

10.5长城汽车股份有限公司

10.5.1企业发展基本情况

10.5.2企业主要产品分析

10.5.3企业竞争优势分析

10.5.4企业经营状况分析

10.6安徽安凯汽车股份有限公司

10.6.1企业发展基本情况

10.6.2企业主要产品分析

10.6.3企业竞争优势分析

10.6.4企业经营状况分析

第十一章2021-2027年中国新能源公交车行业发展趋势与投资机会研究

11.12021-2027年中国新能源公交车行业市场发展潜力分析

11.1.1中国新能源公交车行业市场空间分析

11.1.2中国新能源公交车行业竞争格局变化

11.1.3中国新能源公交车行业互联网+前景

11.22021-2027年中国新能源公交车行业发展趋势分析

11.2.1中国新能源公交车行业品牌格局趋势

11.2.2中国新能源公交车行业渠道分布趋势

11.2.3中国新能源公交车行业市场趋势分析

11.32021-2027年中国新能源公交车行业投资机会与建议

11.3.1中国新能源公交车行业投资前景展望

11.3.2中国新能源公交车行业投资机会分析

11.3.3中国新能源公交车行业投资建议

第十二章2021-2027年中国新能源公交车行业投资分析与风险规避

12.1中国新能源公交车行业关键成功要素分析

12.2中国新能源公交车行业投资壁垒分析

12.3中国新能源公交车行业投资风险与规避

12.3.1宏观经济风险与规避

12.3.2行业政策风险与规避

12.3.3上游市场风险与规避

12.3.4市场竞争风险与规避

12.3.5技术风险分析与规避

12.3.6下游需求风险与规避

12.4中国新能源公交车行业融资渠道与策略

12.4.1新能源公交车行业融资渠道分析

12.4.2新能源公交车行业融资策略分析

第十三章2021-2027年中国新能源公交车行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1国外新能源公交车行业投资现状及经营模式分析

13.1.1境外新能源公交车行业成长情况调查

- 13.1.2经营模式借鉴
- 13.1.3国外投资新趋势动向
- 13.2中国新能源公交车行业商业模式探讨
 - 13.2.1个体经营的零售模式
 - 13.2.2超市卖场零售模式
 - 13.2.3连锁零售模式
 - 13.2.4电子商务销售模式
- 13.3中国新能源公交车行业投资发展战略规划
 - 13.3.1战略优势分析
 - 13.3.2战略机遇分析
 - 13.3.3战略规划目标
 - 13.3.4战略措施分析
- 13.4最优投资路径设计
 - 13.4.1投资对象
 - 13.4.2投资模式
 - 13.4.3预期财务状况分析
 - 13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

- 14.1研究结论
- 14.2新能源公交车行业投资可行性评估
- 14.3建议
 - 14.3.1行业投资结构调整
 - 14.3.2行业投资方向建议
 - 14.3.3行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：新能源公交车行业特点
- 图表：新能源公交车行业生命周期
- 图表：新能源公交车行业产业链分析
- 图表：2015-2019年新能源公交车行业市场规模分析
- 图表：2021-2027年新能源公交车行业市场规模预测

图表：2015-2019年中国新能源公交车行业供给规模分析

图表：2021-2027年中国新能源公交车行业供给规模预测

图表：2015-2019年中国新能源公交车行业需求规模分析

图表：2021-2027年中国新能源公交车行业需求规模预测

图表：2015-2019年中国新能源公交车行业企业数量情况

图表：2015-2019年中国新能源公交车行业企业竞争结构

图表：2015-2019年新能源公交车行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国新能源公交车行业竞争力分析

图表：2021-2027年中国新能源公交车行业产能预测

图表：2021-2027年中国新能源公交车行业消费量预测

图表：2021-2027年中国新能源公交车市场价格走势预测

图表：2021-2027年中国新能源公交车行业发展趋势预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202012/17-377422.html>