

2021-2027年中国新能源乘用车电池盒市场前景研究与市场前景预测报告

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年中国新能源乘用车电池盒市场前景研究与市场前景预测报告》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/R0505/202108/04-420942.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

新能源汽车底盘与传统底盘对比来看，电池盒是全新增量。纯电动汽车省却了发动机后，动力传动系统大幅优化。传统汽车一般采用发动机前置、同时驱动后置的构架，不可避免需要传动机构实现动力的传输。纯电动汽车采用电机驱动，电机的放置可以根据车型灵活调整，从而省去了传动机构。另一方面，纯电动汽车电池包未来将主要放置在汽车底盘部分，所以需要电池盒进行加固和保护。

传统汽车向新能源汽车升级，底盘件增量包括控制臂、转向节、副车架的铝制化升级以及电车盒的全新增量。纯电动汽车电池盒及支架价值量较高，在3000元左右。副车架由钢制升级为铝制后，单车价值也有明显提升，可达2500元左右。此外，新能源汽车底盘系统还包括控制臂（铝制价值800~1000元）和转向节（铝制价值400元）等价值量较大的部件，底盘系统整体单车价值在7000元左右，传统汽车钢制底盘单车价值量在2000元左右。新能源汽车底盘

新能源汽车底盘单车价值量和传统汽车底盘单车价值量对比		纯电动铝制		个
数	单车价值（元）	传统钢制		个数
	单车价值（元）	控制臂	2	900
	控制臂	2	500	转向
节	4	400	转向节	4
	200	铝合金副车架	2	2500
	副车架	2	1200	电池盒及
支架	1	3000	-	-
-		新能源汽车底盘	-	6800
	传统汽车底盘	-	1900	数据来源：公开资

料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国新能源乘用车电池盒市场前景研究与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了新能源乘用车电池盒行业市场发展环境、新能源乘用车电池盒整体运行态势等，接着分析了新能源乘用车电池盒行业市场运行的现状，然后介绍了新能源乘用车电池盒市场竞争格局。随后，报告对新能源乘用车电池盒做了重点企业经营状况分析，最后分析了新能源乘用车电池盒行业发展趋势与投资预测。您若想对新能源乘用车电池盒产业有个系统的了解或者想投资新能源乘用车电池盒行业，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 新能源乘用车电池盒行业发展综述

1.1 新能源乘用车电池盒行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 新能源乘用车电池盒行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 新能源乘用车电池盒行业在国民经济中的地位

1.2.3 新能源乘用车电池盒行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 新能源乘用车电池盒行业生命周期

1.3 最近3-5年中国新能源乘用车电池盒行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 新能源乘用车电池盒行业运行环境分析

2.1 新能源乘用车电池盒行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 新能源乘用车电池盒行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

- 2.2.2 国内宏观经济形势分析
- 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 新能源乘用车电池盒行业社会环境分析
 - 2.3.1 新能源乘用车电池盒产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 新能源乘用车电池盒产业发展对社会发展的影响
- 2.4 新能源乘用车电池盒行业技术环境分析
 - 2.4.1 新能源乘用车电池盒技术分析
 - 2.4.2 新能源乘用车电池盒技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国新能源乘用车电池盒行业运行分析

- 3.1 我国新能源乘用车电池盒行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国新能源乘用车电池盒行业发展阶段
 - 3.1.2 我国新能源乘用车电池盒行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国新能源乘用车电池盒行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年新能源乘用车电池盒行业发展现状
 - 3.2.1 2015-2019年我国新能源乘用车电池盒行业市场规模
 - 3.2.2 2015-2019年我国新能源乘用车电池盒行业发展分析
 - 3.2.3 2015-2019年中国新能源乘用车电池盒企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
- 3.4 新能源乘用车电池盒细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 新能源乘用车电池盒产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2015-2019年新能源乘用车电池盒价格走势
 - 3.5.2 影响新能源乘用车电池盒价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2021-2027年新能源乘用车电池盒产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要新能源乘用车电池盒企业价位及价格策略

第四章 我国新能源乘用车电池盒所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国新能源乘用车电池盒所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国新能源乘用车电池盒所属行业产销情况分析

4.2.1 我国新能源乘用车电池盒所属行业工业总产值

4.2.2 我国新能源乘用车电池盒所属行业工业销售产值

4.2.3 我国新能源乘用车电池盒所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国新能源乘用车电池盒所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国新能源乘用车电池盒行业供需形势分析

5.1 新能源乘用车电池盒行业供给分析

5.1.1 2015-2019年新能源乘用车电池盒行业供给分析

5.1.2 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业供给变化趋势

5.1.3 新能源乘用车电池盒行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国新能源乘用车电池盒行业需求情况

5.2.1 新能源乘用车电池盒行业需求市场

5.2.2 新能源乘用车电池盒行业客户结构

5.2.3 新能源乘用车电池盒行业需求的地区差异

5.3 新能源乘用车电池盒市场应用及需求预测

5.3.1 新能源乘用车电池盒应用市场总体需求分析

(1) 新能源乘用车电池盒应用市场需求特征

(2) 新能源乘用车电池盒应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业新能源乘用车电池盒产品/服务需求分析预测

第六章 新能源乘用车电池盒行业产业结构分析

6.1 新能源乘用车电池盒产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国新能源乘用车电池盒行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国新能源乘用车电池盒行业产业链分析

7.1 新能源乘用车电池盒行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 新能源乘用车电池盒上游行业分析

7.2.1 新能源乘用车电池盒产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对新能源乘用车电池盒行业的影响

7.3 新能源乘用车电池盒下游行业分析

7.3.1 新能源乘用车电池盒下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对新能源乘用车电池盒行业的影响

第八章 我国新能源乘用车电池盒行业渠道分析及策略

8.1 新能源乘用车电池盒行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对新能源乘用车电池盒行业的影响

8.1.3 主要新能源乘用车电池盒企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 新能源乘用车电池盒行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 新能源乘用车电池盒行业营销策略分析

8.3.1 中国新能源乘用车电池盒营销概况

8.3.2 新能源乘用车电池盒营销策略探讨

8.3.3 新能源乘用车电池盒营销发展趋势

第九章 我国新能源乘用车电池盒行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 新能源乘用车电池盒行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 新能源乘用车电池盒行业企业间竞争格局分析

9.1.3 新能源乘用车电池盒行业集中度分析

9.1.4 新能源乘用车电池盒行业SWOT分析

9.2 中国新能源乘用车电池盒行业竞争格局综述

9.2.1 新能源乘用车电池盒行业竞争概况

- (1) 中国新能源乘用车电池盒行业竞争格局
- (2) 新能源乘用车电池盒行业未来竞争格局和特点
- (3) 新能源乘用车电池盒市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国新能源乘用车电池盒行业竞争力分析

- (1) 我国新能源乘用车电池盒行业竞争力剖析
- (2) 我国新能源乘用车电池盒企业市场竞争的优势
- (3) 国内新能源乘用车电池盒企业竞争能力提升途径

9.2.3 新能源乘用车电池盒市场竞争策略分析

第十章 新能源乘用车电池盒行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 B公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 D公司

- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 产品/服务特色
- 10.4.4 公司经营状况
- 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 E公司
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 产品/服务特色
- 10.5.4 公司经营状况
- 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 F公司
- 10.6.1 企业概况
- 10.6.2 企业优势分析
- 10.6.3 产品/服务特色
- 10.6.4 公司经营状况
- 10.6.5 公司发展规划

第十一章 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业投资前景

- 11.1 2021-2027年新能源乘用车电池盒市场发展前景
 - 11.1.1 2021-2027年新能源乘用车电池盒市场发展潜力
 - 11.1.2 2021-2027年新能源乘用车电池盒市场前景展望
 - 11.1.3 2021-2027年新能源乘用车电池盒细分行业发展前景分析
- 11.2 2021-2027年新能源乘用车电池盒市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业发展趋势
 - 11.2.2 2021-2027年新能源乘用车电池盒市场规模预测

国内新能源乘用车结构升级推动底盘系统单车价值量提升，叠加需求高增长，新能源汽车底盘市场空间快速扩容。假设：1) 2019年中国新能源乘用车销量为106万辆，根据三部委印发的《汽车产业中长期发展规划》，合理假设2025年中国新能源乘用车销量达到580万辆。2) 2019年国内纯电动汽车销量占比79%，假设2025年销量占比达到85%。3) 底盘系统测算：目前电动车铝合金转向节、控制臂、副车架的渗透率分别约为30%、25%、18%（考虑到部分车型是部分采用铝合金副车架，对应销量除以一半），由于转向节和控制臂的单车价值量较低

，工艺相对简单，而副车架单车价值量高，使用成本更高，预计转向节和控制臂渗透率增长会比副车架更高，预计2025年分别这三者的渗透率分别达到80%、80%和50%；铝合金电池盒渗透率维持在100%。

预计到2025年中国和全球新能源乘用车电池盒市场空间约148亿元和450亿元，2020-2025年复合增速分别为37.4%和41.8%。预计2025年中国新能源乘用车电池盒市场空间148亿元 预计2025年全球新能源乘用车电池盒市场空间450亿元 数据来源：公开资料整理

11.2.3 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业应用趋势预测

11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

11.3 2021-2027年中国新能源乘用车电池盒行业供需预测

11.3.1 2021-2027年中国新能源乘用车电池盒行业供给预测

11.3.2 2021-2027年中国新能源乘用车电池盒行业需求预测

11.3.3 2021-2027年中国新能源乘用车电池盒供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业投资机会与风险

12.1 新能源乘用车电池盒行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 新能源乘用车电池盒行业投资战略研究

13.1 新能源乘用车电池盒行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国新能源乘用车电池盒品牌的战略思考

13.2.1 新能源乘用车电池盒品牌的重要性

13.2.2 新能源乘用车电池盒实施品牌战略的意义

13.2.3 新能源乘用车电池盒企业品牌的现状分析

13.2.4 我国新能源乘用车电池盒企业的品牌战略

13.2.5 新能源乘用车电池盒品牌战略管理的策略

13.3 新能源乘用车电池盒经营策略分析

13.3.1 新能源乘用车电池盒市场细分策略

13.3.2 新能源乘用车电池盒市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 新能源乘用车电池盒新产品差异化战略

13.4 新能源乘用车电池盒行业投资战略研究

13.4.1 2019年新能源乘用车电池盒行业投资战略

13.4.2 2021-2027年新能源乘用车电池盒行业投资战略

13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 新能源乘用车电池盒行业研究结论

14.2 新能源乘用车电池盒行业投资价值评估

14.3 新能源乘用车电池盒行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202108/04-420942.html>