

2022-2028年中国新能源商 用车行业深度研究与投资策略报告

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

《2022-2028年中国新能源商用车行业深度研究与投资策略报告》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/R0505/202204/09-472547.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

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国新能源商用车行业深度研究与报告》共十三章。首先介绍了新能源商用车行业市场发展环境、新能源商用车整体运行态势等，接着分析了新能源商用车行业市场运行的现状，然后介绍了新能源商用车市场竞争格局。随后，报告对新能源商用车做了重点企业经营状况分析，最后分析了新能源商用车行业发展趋势与投资预测。您若想对新能源商用车产业有个系统的了解或者想投资新能源商用车行业，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：

第一章新能源商用车行业投资环境与政策分析

第一节新能源商用车行业企业投资环境分析

一、新能源商用车行业政策环境

- (一) 新能源商用车行业监管体制分析
- (二) 新能源商用车行业主要法律法规
- (三) 新能源商用车行业政策走势解读
- (四) 新能源商用车行业国家标准分析

二、新能源商用车行业经济环境

- (一) 中国GDP增长情况分析
- (二) 工业经济发展形势分析
- (三) 社会固定资产投资分析
- (四) 全社会消费品零售总额
- (五) 城乡居民收入增长分析
- (六) 居民消费价格变化分析
- (七) 对外贸易发展形势分析

三、新能源商用车行业社会环境

- (一) 人口环境分析
- (二) 科技环境分析

(三) 生态环境分析

(四) 中国城镇化率

(五) 汽车驾驶员数量

四、新能源商用车行业技术环境

第二节新能源商用车行业企业投资SWOT分析

一、新能源商用车企业投资优势

二、新能源商用车企业投资劣势

三、新能源商用车企业投资机会

四、新能源商用车企业投资威胁

第三节新能源商用车行业企业投资准入政策分析

一、《新能源商用车生产企业及产品准入管理规则》

(一) 新能源商用车行业企业准入条件

(二) 新能源商用车产品准入条件

二、《新建纯电动乘用车企业管理规定》

(一) 新建企业投资管理规定

(二) 新建企业生产准入管理

第二章“互联网+”背景下新能源商用车行业的机会与挑战

第一节“互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二节“互联网+”新能源商用车行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓电商市场

四、电商成为传统企业发展突破口

第三节“互联网+”新能源商用车行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网整合行业未来竞争格局

第四节新能源商用车与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章“一带一路”战略下新能源商用车行业发展机遇分析

第一节“一带一路”主要内容及战略意义

一、“一带一路”的主要内容

二、“一带一路”的国际背景

三、“一带一路”的国内背景

第二节“一带一路”新能源商用车企业走出去战略分析

一、“一带一路”战略提振沿线国家需求

二、“一带一路”战略促进中国企业成长

三、“一带一路”新能源商用车企业迎来机遇

四、“一带一路”新能源商用车企业走出去措施

第三节“一带一路”新能源商用车行业投资潜力分析

一、“一带一路”战略新能源商用车行业面临的挑战

二、“一带一路”战略新能源商用车行业投资潜力

三、“一带一路”战略新能源商用车企业发展战略

第四章2016-2020年中国新能源商用车行业经营效益分析

第一节中国新能源商用车行业发展分析

一、中国新能源商用车产销规模分析

二、中国新能源商用车各级别销量占比

三、中国主要新能源车企销量分析

四、中国新能源商用车主要销售品牌

第二节2016-2020年新能源商用车行业规模分析

一、新能源商用车行业企业规模分析

二、新能源商用车行业资产增长分析

三、新能源商用车行业销售收入分析

四、新能源商用车行业利润总额分析

第三节2016-2020年新能源商用车行业经营效益

一、新能源商用车行业偿债能力分析

二、新能源商用车行业盈利能力分析

三、新能源商用车行业的毛利率分析

四、新能源商用车行业运营能力分析

第四节2016-2020年新能源商用车行业成本费用

一、新能源商用车行业销售成本分析

二、新能源商用车行业销售费用分析

三、新能源商用车行业管理费用分析

四、新能源商用车行业财务费用分析

第五节2022-2028年中国新能源商用车发展前景与趋势

一、中国新能源商用车市场前景分析

二、中国新能源商用车发展趋势分析

(一) 政府主导让位于市场主导

(二) 新能源商用车技术将发生重大突破

(三) 政府支持新能源商用车的重点将放在社会公共政策上

(四) 企业竞争格局在变化中稳定

(五) 中国将成为世界上最大的新能源商用车市场

(六) 动力电池行业将迈上新台阶，出现具有国际竞争能力的企业

(七) 汽车分享将率先在电动汽车上实现

三、新能源商用车市场化将成未来方向

第五章新能源商用车企业主要领域投资目标与机会

第一节纯电动汽车投资机会评估

一、政策机遇

二、市场需求

三、生产规模

四、技术水平

五、投资潜力

六、发展趋势

第二节混合动力汽车投资机会评估

- 一、市场需求
- 二、生产规模
- 三、研发现状
- 四、技术水平
- 五、投资潜力
- 六、发展前景

第三节燃料电池汽车投资机会评估

- 一、发展现状
- 二、技术水平
- 三、发展机遇
- 四、发展目标
- 五、应用前景
- 六、发展动态

第六章新能源商用车企业产业链投资机会分析

第一节新能源商用车行业产业链分析

- 一、新能源商用车产业链概述
- 二、新能源商用车上游行业
- 三、新能源商用车下游行业

第二节产业链上游车市场投资分析

- 一、新能源商用车电池系统分析
 - (一) 动力电池出货量情况
 - (二) 动力电池分车型产量
 - (三) 新能源商用车电池需求
 - (四) 动力电池发展趋势
- 二、新能源商用车电机系统分析
 - (一) 行业市场现状
 - (二) 市场需求分析
 - (三) 行业投资潜力
 - (四) 行业前景预测

第三节产业链下游市场投资潜力

一、充电站

- (一) 行业发展规模
- (二) 投资收益分析
- (三) 市场需求前景
- (四) 市场发展趋势

二、汽车租赁

- (一) 行业发展现状
 - (二) 行业发展规模
 - (三) 行业投资潜力
- 1、潜在个人租车用户不断扩大
 - 2、流动人口租车市场潜力无限
 - 3、潜在企事业用户在快速增长
- (四) 行业发展前景

三、汽车金融

- (一) 行业发展现状
- (二) 行业市场规模
- (三) 行业市场投资机会
- (四) 行业发展前景

第七章新能源商用车企业投资目标区域机会分析

第一节新能源商用车区域投资机会分析

第二节华北地区新能源商用车项目投资机会分析

第三节东北地区新能源商用车项目投资机会分析

第四节华东地区新能源商用车项目投资机会分析

第五节华中地区新能源商用车项目投资机会分析

第六节华南地区新能源商用车项目投资机会分析

第七节西部地区新能源商用车项目投资机会分析

第八章新能源商用车行业重点企业投资竞争力分析

第一节新能源商用车重点企业经济指标对比分析

- 一、重点企业资产规模分析
- 二、重点企业销售收入分析

三、重点企业利润总额分析

四、重点企业盈利能力分析

五、重点企业偿债能力分析

六、重点企业运营能力分析

第二节新能源商用车重点企业经营竞争力分析

一、上海汽车集团股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 新能源商用车业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业营销网络分析

(五) 企业竞争优势分析

二、一汽轿车股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 新能源商用车业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业营销网络分析

(五) 企业竞争优势分析

三、比亚迪股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 新能源商用车业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业营销网络分析

(五) 企业竞争优势分析

四、重庆长安汽车股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 新能源商用车业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业营销网络分析

(五) 企业竞争优势分析

五、北汽福田汽车股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 新能源商用车业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业营销网络分析

(五) 企业竞争优势分析

六、安徽安凯汽车股份有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 新能源商用车业务分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业营销网络分析

(五) 企业竞争优势分析

第九章 新能源商用车行业企业投资成本及效益分析

第一节 新能源商用车项目投资成本构成

一、成本构成

二、人力成本

三、原料成本

四、动力成本

第二节 新能源商用车项目综合效益分析

一、经济效益

二、社会效益

三、环境效益

第三节 新能源商用车企业盈利情况分析

第十章 新能源商用车行业企业投资风险及策略

第一节 新能源商用车行业投资外部风险

一、产业政策风险

二、市场风险分析

三、技术风险分析

(一) 技术竞争风险

(二) 技术选择风险

(三) 技术开发风险

四、资源风险分析

第二节 新能源商用车企业投资内部风险

一、融资风险

二、人才风险

三、管理风险

第三节新能源商用车企业进入壁垒

一、规模经济壁垒

二、产品差异化壁垒

三、技术壁垒

四、制度壁垒

五、成本优势壁垒

第十一章2022-2028年新能源商用车行业企业投资策略建议

第一节新能源商用车行业企业投资建议

第二节企业项目融资和政策融资模式

一、政府特殊支持融资

二、通过银行贷款融资

三、通过社会资金融资

四、BOT项目融资

五、BT项目融资

六、ABS融资模式

七、TOT融资模式

第三节新能源商用车企业融资策略分析

一、新能源商用车企业的特点分析

二、种子期和创新期的融资策略

三、成长期新能源车企融资策略

四、成熟期新能源车企融资策略

五、衰退期新能源车企融资策略

第四节新能源商用车行业企业招商引资策略建议

一、广泛搜集各方资料

二、制订各类招商方案

三、比较选择招商方案

四、招商方案具体实施

五、方案的跟踪和反馈

第十二章新能源商用车企业IPO运作策略及建议

第一节国内企业境内IPO上市目的及条件

- 一、国内企业境内上市主要目的
- 二、国内企业上市需满足的条件
 - (一) 企业境内主板IPO主要条件
 - (二) 企业境内中小板IPO主要条件
 - (三) 企业境内创业板IPO主要条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

第二节国内企业IPO上市的相关准备

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备
 - (一) 企业上市前综合评估
 - (二) 企业的内部规范重组
 - (三) 选择并配合中介机构
 - (四) 应如何选择中介机构

第十三章新能源商用车行业企业新三板公司挂牌上市操作流程分析

第一节公司股份制改造阶段

- 一、股份制改造的目的
- 二、股份制改造的形式
- 三、股份制改造的流程
- 四、股改中的特殊问题

第二节新三板公司的规范治理

- 一、公司治理方案的概述
- 二、公司三会治理的规范
- 三、公司高管约束与激励
- 四、控股股东与公司关系
- 五、公司关联交易的控制

第三节新三板挂牌公司税务问题

- 一、常见税务问题解析
- 二、税务问题认识与建议
- 三、开展税务尽职调查
- 四、公司税务相关规划

第四节新三板中介机构进场工作

- 一、新三板挂牌中介机构
- 二、证券公司工作与选择
- 三、律师事务所的选择
- 四、会计师事务所的选择

第五节新三板挂牌申请与注意事项

- 一、公司挂牌申请审查流程
- 二、挂牌申请文件相关规定
- 三、证券简称及代码的申请
- 四、信息披露股份初始登记
- 五、挂牌的流程与正式挂牌

第六节公司挂牌成功的后续阶段

- 一、公司持续信息披露
- 二、证券简称和全程变更
- 三、股票的限售与解禁
- 四、股票及资金清算交收
- 五、挂牌公司权益分派
- 六、停复牌及退出登记
- 七、中介机构的后续责任

部分图表目录：

图表12016-2020年中国新能源车扶持政策与重要事件统计

图表2新能源商用车行业国家标准

图表32016-2020年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表42016-2020年国内生产总值构成及增长速度统计

图表52016-2020年中国规模以上工业增加值月度增长速度

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/202204/09-472547.html>