

2024-2030年中国新能源车 行业分析与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国新能源车行业分析与战略咨询报告》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.cction.com/report/202402/443822.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

新能源汽车是指采用非常规的车用燃料作为动力来源（或使用常规的车用燃料、采用新型车载动力装置），综合车辆的动力控制和驱动方面的先进技术，形成的技术原理先进、具有新技术、新结构的汽车。

新能源汽车包括四大类型混合动力电动汽车(HEV)、纯电动汽车(BEV，包括太阳能汽车)、燃料电池电动汽车(FCEV)、其他新能源（如超级电容器、飞轮等高效储能器）汽车等。非常规的车用燃料指除汽油、柴油、天然气(NG)、液化石油气(LPG)、乙醇汽油(EG)、甲醇、二甲醚之外的燃料。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国新能源车行业分析与战略咨询报告》共十五章。首先介绍了新能源车相关概念及发展环境，接着分析了中国新能源车规模及消费需求，然后对中国新能源车市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国新能源车面临的机遇及发展前景。您若想对中国新能源车有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 产业环境透视

第一章 中国新能源车行业发展综述

第一节 新能源车行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、新能源车主要品牌分类

四、新能源车特性分析

第二节 新能源车发展历史分析

一、新能源车的起源

二、新能源车的演变

第三节 汽车行业产销市场调研

一、汽车总市场发展状况分析

二、乘用车市场发展状况分析

三、商用车市场发展状况分析

第四节 新能源车行业产业链分析

一、新能源车行业产业链简介

二、新能源车行业上游产业链分析

第二章 新能源车行业市场环境分析

第一节 新能源车行业政策环境分析

一、汽车产业相关政策动向

二、汽车产业发展规划解读

第二节 新能源车行业经济环境分析

一、国际宏观经济环境分析

二、国内宏观经济环境分析

三、行业宏观经济环境分析

第三节 新能源车行业需求环境分析

一、新能源车行业需求特征

二、新能源车行业需求趋势

第四节 新能源车行业贸易环境分析

一、行业贸易环境发展现状

二、行业贸易环境发展趋势

第五节 新能源车行业社会环境分析

一、行业发展与社会经济的协调

二、新能源车销售与城市化协调分析

三、行业发展的地区不平衡问题

第六节 新能源车技术发展分析

一、新能源车主要技术分析

二、新能源车技术趋势分析

第二部分 行业深度分析

第三章 我国新能源车行业运行现状分析

第一节 我国新能源车行业发展状况分析

一、我国新能源车行业发展阶段

二、我国新能源车行业发展特点分析

三、我国新能源车行业商业模式分析

第二节 2017-2022年新能源车行业发展现状

一、2017-2022年我国新能源车行业市场规模

二、2017-2022年我国新能源车行业发展分析

三、2017-2022年中国新能源车企业发展分析

第三节 2017-2022年新能源车市场情况分析

一、2017-2022年中国新能源车市场总体概况

二、2017-2022年中国新能源车产品市场发展分析

第四节 我国新能源车市场价格走势分析

一、新能源车市场定价机制组成

二、新能源车市场价格影响因素

三、2017-2022年新能源车产品价格走势分析

四、2024-2030年新能源车产品价格走势预测

第四章 我国新能源车行业整体运行指标分析

第一节 2017-2022年中国新能源车行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2017-2022年中国新能源车行业产销情况分析

一、我国新能源车行业工业总产值

二、我国新能源车行业工业销售产值

三、我国新能源车行业产销率

第三节 2017-2022年中国新能源车行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国新能源车行业销售利润率

2、我国新能源车行业成本费用利润率

3、我国新能源车行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国新能源车行业资产负债率

2、我国新能源车行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国新能源车行业应收帐款周转率

2、我国新能源车行业总资产周转率

3、我国新能源车行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国新能源车行业总资产增长率

2、我国新能源车行业利润总额增长率

3、我国新能源车行业主营业务收入增长率

4、我国新能源车行业产值利税率

第三部分 市场供需分析调研

第五章 新能源车行业产业结构分析

第一节 新能源车产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国新能源车行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 新能源车行业产品市场调研

第一节 新能源车市场发展状况分析

一、新能源车总体市场调研

1、国产新能源车市场调研

2、进口新能源车市场调研

二、新能源车车型结构特征分析

三、新能源车市场发展特点分析

四、新能源车细分市场走势分析

五、新能源车主要车系走势分析

六、新能源车厂家品牌销量走势

七、新能源新能源车市场调研

第二节 新能源车细分车型市场调研

第三节 新能源车分品牌市场调研

第四节 新能源车市场关注度分析

第七章 新能源车市场营销策略分析

第一节 乘用车市场营销策略分析

一、国内汽车营销特点分析

二、乘用车市场营销模式分析

1、电子商务网络直销模式

2、S店特许经营模式

3、普通经销商模式

4、汽车超市经营模式

5、独立经销商模式

三、乘用车市场营销模式改进空间

四、乘用车市场营销模式发展对策

第二节 新能源车行业营销策略分析

一、新能源车营销手段分析

二、新能源车经销商营销思路分析

第三节 新能源车消费市场发展分析

一、新能源车消费市场调研

二、新能源车市场消费观念分析

三、新能源车车型消费价格分析

四、城市新能源车消费群体分析

五、新能源车女性消费群体分析

第四节 潜在汽车消费者媒体接触分析

一、潜在消费者主要媒体接触分析

二、潜在消费者获取汽车信息渠道

三、消费者网络订购汽车方式态度

第五节 中国汽车经销商广告投放分析

一、汽车经销商网络广告投放情况

二、重点广告主广告投放策略对比

三、汽车经销商网络广告投放趋势

第六节 新能源车车型投诉统计状况分析

一、新能源车车型投诉统计状况分析

二、新能源车行业车型投诉现状统计分析

1、新能源车车型投诉总体概况

2、新能源车车价属性与投诉属性分析

3、新能源车车型投诉品牌与地区分析

4、新能源车车型投诉要点与方向分析

5、新能源车车型投诉问题与处理效率

6、新能源车车型投诉处理情况分析

第四部分 竞争格局分析

第八章 新能源车产业集群发展及区域市场调研

第一节 中国新能源车产业集群发展特色分析

一、长江三角洲新能源车产业发展特色分析

二、珠江三角洲新能源车产业发展特色分析

三、环渤海地区新能源车产业发展特色分析

四、闽南地区新能源车产业发展特色分析

第二节 新能源车重点区域市场评估

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业效益指标区域分布分析

6、行业企业数的区域分布分析

二、新能源车重点区域市场调研

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第九章 新能源车行业市场竞争状况分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

第二节 行业国际市场竞争状况分析

- 一、国际新能源车市场发展状况分析
- 二、国际新能源车市场竞争状况分析
- 三、全球主要新能源车企业发展分析
- 四、国际新能源车市场发展趋势分析
- 五、世界主要车企未来总产能规划

第三节 行业国内市场竞争状况分析

- 一、国内新能源车行业的竞争格局
 - 二、国内新能源车各品牌市场竞争
 - 1、新能源车合资品牌市场竞争
 - 2、新能源车自主品牌市场竞争
 - 三、国内新能源车分车型市场竞争
 - 四、新能源车行业市场发展支撑因素
 - 五、新能源车市场发展的隐忧分析
 - 六、汽车消费税对新能源车市场影响
 - 七、车企未来新能源车产品规划分析
- ### 第四节 新能源车行业兼并与重组分析
- 一、新能源车行业兼并与重组概况
 - 二、外资新能源车企业兼并与重组
 - 三、内资新能源车企业兼并与重组
 - 四、新能源车行业兼并与重组动向

第十章 新能源车行业领先企业经营形势分析

第一节 众泰汽车

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第二节 比亚迪

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第三节 江淮汽车

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第四节 宇通客车

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第五节 江铃汽车

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第六节 长安汽车

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五部分 趋势预测展望

第十一章 新能源车行业投资分析与趋势分析

第一节 新能源车行业投资特性分析

一、新能源车行业进入壁垒分析

二、新能源车行业盈利模式分析

三、新能源车行业盈利因素分析

第二节 中国新能源车投资前景及建议

一、新能源车行业投资前景分析

1、行业政策风险分析

2、行业经济风险分析

3、行业经营风险分析

4、行业供求风险分析

5、行业原材料风险分析

二、新能源车行业投资建议

第三节 中国新能源车市场发展趋势及预测

一、中国新能源车市场发展趋势分析

二、中国新能源车市场趋势预测分析

第十二章 2024-2030年新能源车行业投资机会与风险防范

第一节 新能源车行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、新能源车行业投资现状分析

1、新能源车产业投资经历的阶段

2、2017-2022年新能源车行业投资状况回顾

3、2017-2022年中国新能源车行业风险投资状况

4、2024-2030我国新能源车行业的投资态势

第二节 2024-2030年新能源车行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、新能源车行业投资机遇

第三节 2024-2030年新能源车行业投资前景及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国新能源车行业投资建议

一、新能源车行业未来发展方向

二、新能源车行业主要投资建议

三、中国新能源车企业融资分析

1、中国新能源车企业IPO融资分析

2、中国新能源车企业再融资分析

第六部分 投资前景研究

第十三章 2024-2030年新能源车行业面临的困境及对策

第一节 年新能源车行业面临的困境

第二节 新能源车企业面临的困境及对策

一、重点新能源车企业面临的困境及对策

1、重点新能源车企业面临的困境

2、重点新能源车企业对策探讨

二、中小新能源车企业发展困境及策略分析

1、中小新能源车企业面临的困境

2、中小新能源车企业对策探讨

三、国内新能源车企业的出路分析

第三节 中国新能源车行业存在的问题及对策

一、中国新能源车行业存在的问题

二、新能源车行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国新能源车市场发展面临的挑战与对策

第十四章 新能源车行业投资前景研究

第一节 新能源车行业投资前景研究

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 对我国新能源车品牌的战略思考

一、新能源车品牌的重要性

二、新能源车实施品牌战略的意义

三、新能源车企业品牌的现状分析

四、我国新能源车企业的品牌战略

五、新能源车品牌战略管理的策略

第三节 新能源车经营策略分析

一、新能源车市场细分策略

二、新能源车市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新能源车新产品差异化战略

第四节 新能源车行业投资规划建议研究

一、2022年新能源车行业投资规划建议

二、2024-2030年新能源车行业投资规划建议

三、2024-2030年细分行业投资规划建议

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 新能源车行业研究结论及建议

第二节 新能源车子行业研究结论及建议

第三节 新能源车行业投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2017-2022年新能源车行业市场规模分析

图表：2024-2030年新能源车行业市场规模预测

图表：2017-2022年新能源车重要数据指标比较

图表：2017-2022年中国新能源车行业销售情况分析

图表：2017-2022年中国新能源车行业利润情况分析

图表：2017-2022年中国新能源车行业资产情况分析

图表：2017-2022年中国新能源车竞争力分析

图表：2024-2030年中国新能源车产能预测

图表：2024-2030年中国新能源车消费量预测

图表：2024-2030年中国新能源车市场价格走势预测

图表：2024-2030年中国新能源车发展趋势预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/443822.html>