

2024-2030年中国新能源车 行业分析与投资前景报告

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投资前景报告》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/202402/443825.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投资前景报告》共十四章。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：

第一章 新能源车行业相关概述

1.1 新能源车行业定义及特点

1.1.1 新能源车行业的定义

1.1.2 新能源车行业产品/服务特点

1.2 新能源车行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 城市型新能源车

2.1 城市新能源车的相关概述

2.1.1 城市新能源车的概念

- 2.1.2 城市新能源车的兴起
- 2.1.3 城市新能源车的优势
- 2.2 城市新能源车发展概况
 - 2.2.1 消费需求催生城市新能源车
 - 2.2.2 城市新能源车是市场最大赢家
 - 2.2.3 城市新能源车成为玩家新宠
 - 2.2.4 城市新能源车占尽市场先机
 - 2.2.5 城市新能源车市场表现瞩目
- 2.3 低端城市新能源车国产车型对比

第三章 2022年中国新能源车行业发展环境分析

- 3.1 新能源车行业政治法律环境（P）
 - 3.1.1 行业主管部门分析
 - 3.1.2 行业监管体制分析
 - 3.1.3 行业主要法律法规
 - 3.1.4 相关产业政策分析
 - 3.1.5 行业相关发展规划
 - 3.1.6 政策环境对行业的影响
- 3.2 新能源车行业经济环境分析（E）
 - 3.2.1 宏观经济形势分析
 - 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 3.3 新能源车行业社会环境分析（S）
 - 3.3.1 新能源车产业社会环境
 - 3.3.2 社会环境对行业的影响
- 3.4 新能源车行业技术环境分析（T）
 - 3.4.1 新能源车技术分析
 - 3.4.2 新能源车技术发展水平
 - 3.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球新能源车行业发展概述

- 4.1 2022年全球新能源车行业发展情况概述

- 4.1.1 全球新能源车行业发展现状
- 4.1.2 全球新能源车行业发展特征
- 4.2 2022年全球主要地区新能源车行业发展状况
 - 4.2.1 欧洲
 - 4.2.2 美国
 - 4.2.3 日韩
- 4.3 2024-2030年全球新能源车行业发展前景预测
 - 4.3.1 全球新能源车行业发展前景分析
 - 4.3.2 全球新能源车行业发展趋势分析
- 4.4 全球新能源车行业重点企业发展动态分析

第五章 中国新能源车行业发展概述

- 5.1 中国新能源车行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国新能源车行业发展阶段
 - 5.1.2 中国新能源车行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国新能源车行业发展特点分析
- 5.2 2017-2022年新能源车行业发展现状
 - 5.2.1 2017-2022年中国新能源车行业市场规模
 - 5.2.2 2017-2022年中国新能源车行业发展分析
 - 5.2.3 2017-2022年中国新能源车企业发展分析
- 5.3 2024-2030年中国新能源车行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国新能源车行业面临的困境及对策
 - 1、中国新能源车行业面临困境
 - 2、中国新能源车行业对策探讨
 - 5.3.2 中国新能源车企业发展困境及策略分析
 - 1、中国新能源车企业面临的困境
 - 2、中国新能源车企业的对策探讨
 - 5.3.3 国内新能源车企业的出路分析

第六章 中国新能源车行业市场运行分析

- 6.1 2017-2022年中国新能源车行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析

- 6.1.2 人员规模状况分析
- 6.1.3 行业资产规模分析
- 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2017-2022年中国新能源车行业产销情况分析
 - 6.2.1 中国新能源车行业工业总产值
 - 6.2.2 中国新能源车行业工业销售产值
 - 6.2.3 中国新能源车行业产销率
- 6.3 2017-2022年中国新能源车行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国新能源车行业供给分析
 - 6.3.2 中国新能源车行业需求分析
 - 6.3.3 中国新能源车行业供需平衡
- 6.4 2017-2022年中国新能源车行业财务指标总体分析
 - 6.4.1 行业盈利能力分析
 - 6.4.2 行业偿债能力分析
 - 6.4.3 行业营运能力分析
 - 6.4.4 行业发展能力分析

第七章 新能源车市场营销研究

- 7.1 新能源车的市场定位
 - 7.1.1 新能源车多品牌市场局面形成的原因分析
 - 7.1.2 消费人群细分的四种类型
 - 7.1.3 新能源车的消费环境
 - 7.1.4 新能源车的目标消费群体
- 7.2 新能源车的产品策略
 - 7.2.1 新能源车产品组合策略
 - 7.2.2 新能源车产品生命周期分析
 - 7.2.3 导入期的新能源车产品营销策略
 - 7.2.4 成长期的新能源车产品营销策略
- 7.3 新能源车的价格策略
 - 7.3.1 影响汽车价格的主要因素
 - 7.3.2 新能源车应采用竞争导向定价法
 - 7.3.3 新能源车的定价策略

7.4 新能源车的渠道策略

7.4.1 新能源车销售网络地理分布特点及原因

7.4.2 新能源车渠道建设应遵循的主要原则

第八章 新能源车市场的竞争分析

8.1 新能源车市场的竞争状况

8.1.1 新能源车市场竞争更趋白热化

8.1.2 主要新能源车厂商竞争

8.1.3 豪华新能源车的派系之争

8.2 新能源车市场进口、合资、自主品牌竞争分析

8.2.1 新能源车市场“三足鼎立”的竞争格局

8.2.2 自主和外资品牌消费者认可度基本持平

8.2.3 进口高端新能源车的竞争优势

8.2.4 高档新能源车消费者更愿意选择合资品牌

8.3 主要中小排量新能源车车型竞争力浅析

8.3.1 途胜销量稳中有升

8.3.2 哈弗在自主品牌市场表现优异

8.3.3 狮跑市场销量欠佳

8.3.4 吉姆尼以另类开辟独特市场

第九章 中国新能源车行业市场竞争格局分析

9.1 中国新能源车行业竞争格局分析

9.1.1 新能源车行业区域分布格局

9.1.2 新能源车行业企业规模格局

9.1.3 新能源车行业企业性质格局

9.2 中国新能源车行业竞争五力分析

9.2.1 上游议价能力

9.2.2 下游议价能力

9.2.3 新进入者威胁

9.2.4 替代产品威胁

9.2.5 现有企业竞争

9.3 中国新能源车行业竞争SWOT分析

9.4 中国新能源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 中国新能源车行业竞争策略建议

第十章 中国新能源车行业领先企业竞争力分析

10.1 众泰汽车

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 比亚迪

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 江淮汽车

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 宇通客车

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 江铃汽车

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 长安汽车

- 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 2024-2030年中国新能源车行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2024-2030年中国新能源车市场发展前景
 - 11.1.1 2024-2030年新能源车市场发展潜力
 - 11.1.2 2024-2030年新能源车市场发展前景展望
 - 11.1.3 2024-2030年新能源车细分行业发展前景分析
- 11.2 2024-2030年中国新能源车市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2024-2030年新能源车行业发展趋势
 - 11.2.2 2024-2030年新能源车市场规模预测
 - 11.2.3 2024-2030年新能源车行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2024-2030年中国新能源车行业供需预测
 - 11.3.1 2024-2030年中国新能源车行业供给预测
 - 11.3.2 2024-2030年中国新能源车行业需求预测
 - 11.3.3 2024-2030年中国新能源车供需平衡预测

第十二章 2024-2030年中国新能源车行业投资前景

- 12.1 新能源车行业投资现状分析
 - 12.1.1 新能源车行业投资规模分析
 - 12.1.2 新能源车行业投资资金来源构成
 - 12.1.3 新能源车行业投资项目建设分析
 - 12.1.4 新能源车行业投资资金用途分析
 - 12.1.5 新能源车行业投资主体构成分析
- 12.2 新能源车行业投资特性分析
 - 12.2.1 新能源车行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 新能源车行业盈利模式分析
 - 12.2.3 新能源车行业盈利因素分析
- 12.3 新能源车行业投资机会分析

- 12.3.1 产业链投资机会
- 12.3.2 细分市场投资机会
- 12.3.3 重点区域投资机会
- 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 新能源车行业投资风险分析
 - 12.4.1 新能源车行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险
- 12.5 新能源车行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 新能源车行业投资潜力分析
 - 12.5.2 新能源车行业最新投资动态
 - 12.5.3 新能源车行业投资机会与建议

第十三章 2024-2030年中国新能源车企业投资战略与客户策略分析

- 13.1 新能源车企业发展战略规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 新能源车企业战略规划制定依据
 - 13.2.1 国家政策支持
 - 13.2.2 行业发展规律
 - 13.2.3 企业资源与能力
 - 13.2.4 可预期的战略定位
- 13.3 新能源车企业战略规划策略分析
 - 13.3.1 战略综合规划
 - 13.3.2 技术开发战略
 - 13.3.3 区域战略规划
 - 13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 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/202402/443825.html>