

2020-2026年中国新能源乘用车市场深度分析与产业竞争格局报告

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

《2020-2026年中国新能源乘用车市场深度分析与产业竞争格局报告》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/202006/170068.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

2017年国内新能源乘用车销量突破55万辆，同比增速超70%，是全球最大的新能源乘用车市场，占全球销量的47%。2019年1-4月国内新能源乘用车销量突破19万辆，同比增速超140%。

随着补贴持续退坡和双积分政策正式开始实行，行业发展的驱动力进一步升级，政府不再满足于靠政策推动的量，而是迫使车企深入消费端，推出更好的产品，下半年极具竞争力的几款产品有望放量，2019年有望成为个人消费崛起元年。国内新能源乘用车年销量走势(万辆)数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国新能源乘用车市场深度分析与产业竞争格局报告》共十五章。首先介绍了新能源乘用车行业市场发展环境、新能源乘用车整体运行态势等，接着分析了新能源乘用车行业市场运行的现状，然后介绍了新能源乘用车市场竞争格局。随后，报告对新能源乘用车做了重点企业经营状况分析，最后分析了新能源乘用车行业发展趋势与投资预测。您若想对新能源乘用车产业有个系统的了解或者想投资新能源乘用车行业，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 行业发展概述

第一节 产品分类

第二节 产品发展社会背景

第三节 产品原理

第四节 产业链概述

一、产业链模型介绍

二、新能源乘用车产业链模型分析

第二章 新能源乘用车市场分析

第一节 国际新能源乘用车市场发展总体概况

一、国际现状分析

二、主要国家和地区情况

三、国际发展趋势分析

四、2018国际新能源乘用车发展概况

第二节 我国新能源乘用车市场的发展状况

一、我国新能源乘用车市场发展基本情况

二、新能源乘用车市场的总体现状

三、新能源乘用车行业发展中存在的问题

四、2018我国新能源乘用车行业发展回顾

第三章 新能源乘用车行业所处生命周期

第一节 生命周期

第二节 新能源乘用车行业技术变革与产品革新

一、技术变革可能会改变行业竞争格局

二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分

第三节 差异化／同质化分析

一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求

二、新能源乘用车产品的个性化空间很大

第四节 进入／退出难度分析

一、新能源乘用车产品市场进入壁垒

二、可以选择不同方式进入

第四章 中国新能源乘用车销售状况分析

第一节 新能源乘用车国内营销模式分析

第二节 新能源乘用车国内分销商形态分析

第三节 新能源乘用车国内销售渠道分析

第四节 新能源乘用车行业国际化营销模式分析

第五节 新能源乘用车重点销售区域分析

第六节 2014-2018市场供需现状分析

第七节 2020-2026年行业发展前景预测

第八节 2020-2026年行业投资质战略预测

第五章 新能源乘用车的生产分析

第一节 行业生产规模及增长速度

第二节 产业地区分布情况

第三节 优势企业产品价格策略

第四节 行业生产所面临的几个问题

第五节 2020-2026年行业产量变化趋势

第六节 新能源乘用车营销策略分析

第七节 新能源乘用车行业广告与促销方式分析

一、主要的广告媒体

二、主要的广告媒体的优/缺点分析

三、主要的广告媒体费用分析

第六章 新能源乘用车市场渠道分析

第一节 渠道对行业至关重要

第二节 市场渠道格局

第三节 销售渠道形式

第四节 销售渠道要素对比

第五节 对竞争对手渠道策略的研究

第七章 新能源乘用车行业品牌分析

第一节 品牌数量分析

第二节 品牌推广策略分析

第三节 品牌首要认知渠道分析

第四节 消费者对新能源乘用车品牌认知度宏观调查

第五节 消费者对新能源乘用车品牌偏好调查

第八章 新能源乘用车用户分析

第一节 用户认知程度

第二节 用户关注的因素

一、用户对新能源乘用车产品不同功能各有需求

二、用户普遍关注新能源乘用车产品质量

三、价格与用户心理预期已比较接近

四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离

第九章 中国新能源乘用车产品价格分析

第一节 中国新能源乘用车历年平均价格回顾

第二节 中国新能源乘用车当前市场价格

一、产品市场价格驱动因素分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国新能源乘用车价格影响因素分析

一、我国总体经济环境走势分析

二、国家宏观调控政策分析

三、新能源乘用车市场国家宏观发展规划调控影响

第十章 行业运行状况分析

第一节 行业情况背景

一、参与调查企业及其分布情况

二、典型企业介绍

第二节 总体效益运行状况

一、总体销售效益

二、2014-2018新能源乘用车所属行业总体盈利能力

三、2014-2018新能源乘用车所属行业总体税收能力

四、2014-2018新能源乘用车所属行业市场总体产值能力

第三节 不同地区行业效益状况对比

一、不同地区销售效益状况对比

二、不同地区行业盈利能力状况对比

三、不同地区行业税收能力状况对比

四、不同地区行业产值状况对比

第四节 类型运行效益对比

一、行业不同类型销售效益状况对比

二、不同类型盈利能力状况对比

三、不同类型税收能力状况对比

四、不同类型产值状况对比

第五节 规模运行效益对比

一、行业不同规模销售效益状况对比

二、不同规模盈利能力状况对比

三、不同规模税收能力状况对比

四、不同规模产值状况对比

第十一章 新能源乘用车国内重点生产厂家分析

第一节 上海乘用车集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 中国第一乘用车集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 奇瑞乘用车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 重庆长安乘用车股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 比亚迪乘用车有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 东风电动车辆股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十二章 2020-2026年新能源乘用车行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前新能源乘用车存在的问题

第二节 新能源乘用车未来发展预测分析

- 一、中国新能源乘用车发展方向分析
- 二、2020-2026年中国新能源乘用车行业发展规模
- 三、2020-2026年中国新能源乘用车行业投资发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国新能源乘用车行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入退出风险

第十三章 行业项目投资建议

第一节 新能源乘用车技术应用注意事项

第二节 项目投资注意事项

第三节 新能源乘用车生产开发注意事项

第四节 新能源乘用车销售注意事项

第十四章 2020-2026年中国新能源乘用车行业发展预测分析

第一节 2020-2026年国内新能源乘用车产业宏观预测

一、2020-2026年我国新能源乘用车行业宏观预测

1、2014-2019年中国固定资产投资预测

2、2014-2019年中国国际贸易预测

二、2020-2026年新能源乘用车工业发展展望

三、2020-2026年新能源乘用车业发展状况预测分析

第二节 2020-2026年中国新能源乘用车市场趋势分析

一、2014-2018新能源乘用车市场趋势总结

二、2020-2026年新能源乘用车企业资本结构发展趋势分析

1、新能源乘用车企业国内资本市场的运作建议

2、新能源乘用车企业海外资本市场的运作建议

三、2020-2026年新能源乘用车市场发展空间

四、2020-2026年新能源乘用车市场战略

1、战略综合规划

2、技术开发战略

- 3、区域战略规划
- 4、产业战略规划
- 5、营销品牌战略
- 6、竞争战略规划

第十五章 新能源乘用车行业投资风险预警

第一节 影响新能源乘用车行业发展的主要因素

- 一、2018影响新能源乘用车行业运行的有利因素
- 二、2018影响新能源乘用车行业运行的稳定因素
- 三、2018影响新能源乘用车行业运行的不利因素
- 四、2018我国新能源乘用车行业发展面临的挑战
- 五、2018我国新能源乘用车行业发展面临的机遇

第二节 新能源乘用车行业投资风险预警

- 一、2020-2026年新能源乘用车行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年新能源乘用车行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年新能源乘用车行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年新能源乘用车同业竞争风险及控制策略
- 五、2020-2026年新能源乘用车行业其他风险及控制策略

图表目录：

图表：我国新能源乘用车行业所处生命周期示意图

图表：2014-2018中国新能源乘用车行业市场规模变化

图表：2014-2018中国新能源乘用车行业销售收入变化

图表：2014-2018中国新能源乘用车行业销售投资收益率变化

图表：中国主要营销模式结构图

图表：2014-2018中国新能源乘用车行业潜在需求量变化

图表：2019年中国各种经销模式市场份额对比图

图表：2020-2026年中国新能源乘用车进口量预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车出口量预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业成长性分析

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业经营能力预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业资产利润率预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业盈利能力预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业偿债能力预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业产值预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业销售收入预测

图表：2020-2026年中国新能源乘用车行业总资产预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170068.html>