

2018年中国新能源市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国新能源市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xinnengyuan/324711324711.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2017年9月27日，工信部等五部委发布《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源积分并行管理办法》，这一政策的出台将加速推动新能源汽车的发展，形成传统燃油车、纯电动汽车以及混合动力车三分天下的局面。“双积分”指的是乘用车企业平均燃料消耗量积分与新能源汽车积分，两个积分的核算主体都是乘用车企业，国家每年都会对车企进行一次积分核算。其中对于传统能源乘用车年度生产量或者进口量不满3万辆的乘用车企业，不设定新能源汽车积分比例要求；达到3万辆以上的，从2019年度开始设定新能源汽车积分比例要求。双积分政策对于汽车行业车企提出了燃油消耗值更严格的标准要求，促使部分传统燃油车销量占比过大的企业进行转型，同时更将大力推动车企的新能源汽车布局发展。

表：双积分政策新能源乘用车车型积分计算方法

资料来源：观研天下整理

双积分政策对于燃料消耗量与新能源都提出了一定的要求，但是对于新能源汽车发展的推动力更大。本政策要求燃油积分和新能源积分都不低于0，对于拿到负分的企业就要想办法进行积分的抵偿，一般有三种途径可以解决分别是积分的结转、关联企业的转让及市场积分交易。然而双积分政策对于燃油积分和新能源积分的流动性做出了不同的规定，相对于燃油积分，新能源积分年的流通性更好。新能源积分可以抵扣燃油积分，但是燃油积分不可以抵扣新能源积分。传统燃油车厂商在面对负积分的情况，就需要购买新能源积分来进行抵扣或者使用自己公司新能源富余的积分。新能源积分的需求将推动新能源汽车的长期发展。

表：燃油积分和新能源积分流通性

资料来源：观研天下整理

双积分政策的直接受益者是国内新能源汽车发展良好的自主品牌。在经历新能源补贴退坡影响之后，未来新能源车厂有望通过出售新能源富余积分获取受益。目前国内比亚迪、吉利、北汽、众泰、江淮等新能源汽车发展较快的企业未来新能源积分将有较大富余，而传统燃油车占比较大的上汽、一汽、东风、广汽、长城、长安等车企将面对较大数量的新能源负积分。特别是部分生产SUV的车厂，近年来SUV的销量增长很快，但是燃油消耗值较高，在目前的政策下很不利。因此谋求转型开辟新能源汽车领域，将成为一些传统燃油车企的下一步目标。

表：2017年1-10月主力厂家集团的新能源汽车积分

资料来源：观研天下整理

双积分的实施给车企带来压力，尤其是销量大的合资品牌。为了积极应对双积分政策，车厂必须得加快技术的研发以满足燃油消耗值的要求。但是技术的研发一般需要3至5年的周期，短期内无法取得重大突破。目前，被认为是最行之有效的办法就是寻找合资伙伴。2017年下半年以来，继大众江淮之后，长城与御捷、福特与众泰、东风与雷诺-日产等车企先后公布了新能源汽车合资计划。一波新的新能源合资趋势正在中国汽车行业内兴起。在这一轮

新能源合资浪潮中，德系车企取得了较大的成果。大众与江淮共同成立新能源合资公司，戴姆勒增资入股北汽新能源。其中大众江淮更是开创了同一品牌汽车合资公司达到三家的先例。除了一汽大众和上汽大众，大众江淮成立了第三家新能源合资企业。随着2019年开始设定新能源积分比例要求，合资品牌明年将继续积极布局新能源汽车产业。

观研天下发布的《2018年中国新能源市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、新能源T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国新能源行业发展概述

第一节 新能源行业发展情况概述

- 一、新能源行业相关定义
- 二、新能源行业基本情况介绍
- 三、新能源行业发展特点分析

第二节 中国新能源行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、新能源行业产业链条分析
- 三、中国新能源行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国新能源行业生命周期分析

一、新能源行业生命周期理论概述

二、新能源行业所属的生命周期分析

第四节 新能源行业经济指标分析

一、新能源行业的赢利性分析

二、新能源行业的经济周期分析

三、新能源行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新能源行业进入壁垒分析

一、新能源行业资金壁垒分析

二、新能源行业技术壁垒分析

三、新能源行业人才壁垒分析

四、新能源行业品牌壁垒分析

五、新能源行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球新能源行业市场发展现状分析

第一节 全球新能源行业发展历程回顾

第二节 全球新能源行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新能源行业地区市场分析

一、亚洲新能源行业市场现状分析

二、亚洲新能源行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲新能源行业市场前景分析

第四节 北美新能源行业地区市场分析

一、北美新能源行业市场现状分析

二、北美新能源行业市场规模与市场需求分析

三、北美新能源行业市场前景分析

第五节 欧盟新能源行业地区市场分析

一、欧盟新能源行业市场现状分析

二、欧盟新能源行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟新能源行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界新能源行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球新能源行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国新能源产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 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

第二节 中国新能源行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国新能源产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、新能源环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国新能源行业运行情况

第一节 中国新能源行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国新能源行业市场规模分析

第三节 中国新能源行业供应情况分析

第四节 中国新能源行业需求情况分析

第五节 中国新能源行业供需平衡分析

第六节 中国新能源行业发展趋势分析

第五章 中国新能源所属行业运行数据监测

第一节 中国新能源所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国新能源所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国新能源所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国新能源市场格局分析

第一节 中国新能源行业竞争现状分析

一、中国新能源行业竞争情况分析

二、中国新能源行业主要品牌分析

第二节 中国新能源行业集中度分析

一、中国新能源行业市场集中度分析

二、中国新能源行业企业集中度分析

第三节 中国新能源行业存在的问题

第四节 中国新能源行业解决问题的策略分析

第五节 中国新能源行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国新能源行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国新能源行业消费特点

第二节 中国新能源行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 新能源行业成本分析

第三节 新能源行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国新能源行业价格现状分析

第五节 中国新能源行业平均价格走势预测

一、中国新能源行业价格影响因素

二、中国新能源行业平均价格走势预测

三、中国新能源行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国新能源行业区域市场现状分析

第一节 中国新能源行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新能源市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新能源市场规模分析

四、华东地区新能源市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区新能源市场规模分析

四、华中地区新能源市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区新能源市场规模分析

第九章 2015-2017年中国新能源行业竞争情况

第一节 中国新能源行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国新能源行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国新能源行业竞争环境分析（新能源T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 新能源行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国新能源行业发展前景分析与预测

第一节 中国新能源行业未来发展前景分析

一、新能源行业国内投资环境分析

- 二、中国新能源行业市场机会分析
- 三、中国新能源行业投资增速预测
- 第二节中国新能源行业未来发展趋势预测
- 第三节中国新能源行业市场发展预测
- 一、中国新能源行业市场规模预测
- 二、中国新能源行业市场规模增速预测
- 三、中国新能源行业产值规模预测
- 四、中国新能源行业产值增速预测
- 五、中国新能源行业供需情况预测
- 第四节中国新能源行业盈利走势预测
- 一、中国新能源行业毛利润同比增速预测
- 二、中国新能源行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国新能源行业投资风险与营销分析

- 第一节 新能源行业投资风险分析
- 一、新能源行业政策风险分析
- 二、新能源行业技术风险分析
- 三、新能源行业竞争风险
- 四、新能源行业其他风险分析
- 第二节 新能源行业企业经营发展分析及建议
- 一、新能源行业经营模式
- 二、新能源行业销售模式
- 三、新能源行业创新方向
- 第三节 新能源行业应对策略
- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国新能源行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国新能源行业品牌战略分析
- 一、新能源企业品牌的重要性
- 二、新能源企业实施品牌战略的意义
- 三、新能源企业品牌的现状分析
- 四、新能源企业的品牌战略
- 五、新能源品牌战略管理的策略

第二节中国新能源行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国新能源行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2018-2024年中国新能源行业发展策略及投资建议

第一节中国新能源行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国新能源行业定价策略分析

第二节中国新能源行业营销渠道策略

- 一、新能源行业渠道选择策略
- 二、新能源行业营销策略

第三节中国新能源行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国新能源行业重点投资区域分析
- 二、中国新能源行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xinnengyuan/324711324711.html>