

2020年中国新能源车行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2020年中国新能源车行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/qiche/476239476239.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

中国电动汽车百人会论坛正式落下帷幕。据了解，从2015年起，中国电动汽车百人会论坛已经连续举办过5届，今年2020年是第六届，主题是“把握形势 聚焦转型 引领创新”。在论坛上，政府有关部门与汽车、能源、交通、城市、通讯等领域的行业机构和领先企业代表就行业、企业、政策的转型与创新展开了深度研讨。

部分行业专家、汽车领导的发言

工信部部长苗圩

- 1、今年的产销量有可能是一个略微的负增长或者是零增长，就像2018年、2019年连续两年以10%、8%左右的大幅度的下降，已经开始收窄，从这几个月的走势来看，也确实像大家的分析，呈现相吻合的一个情况。
- 2、我们全年新能源汽车的产销量仍然超过了120万辆，大体上相当于2018年全年的销售量。而且从趋势上来看，11月份当月的销量已经达到了10.5万辆，12月份当月的销量达到了16.3万辆，这个月销售量已经恢复到退坡以前平均的水平，所以表明退补的政策负面的影响正在逐渐的恢复当中。
- 3、新能源汽车产品的品质在显著的提升，中高端车市场的份额在不断的提高；产业的结构也在持续的优化，落后的企业退出了市场；从长远来看，我国新能源汽车产业已经具备较好的规模效应优势和发展环境。

国家信息中心副主任徐长明

- 1、2019年前11个月，国内所销售的新能源汽车中有超过四成用户来自于限购城市。
- 2、非限购城市私人购买新能源汽车的数量，要想由目前的大幅下降恢复到持续大幅增长态势，要么电池的价格显著下降，要么推出强有力的补贴替代政策。
- 3、到2025年，我国限购城市对于新能源车的私人需求量将达到35万台。

全国政协副主席、中国科学技术协会主席万钢

- 1、在我国新能源汽车发展战略中，纯电动与燃料电池汽车同等重要且长期共存，其在市场应用中各有定位、互不替代。
- 2、2019年中央地方财政补贴退坡幅度已超过70%，建议2020年底前，稳定现有新能源汽车财政补贴政策，不在对补贴产品的技术指标做新的调整，让企业把更多的时间和精力投入到补贴退出后的产品规划与研发工作。
- 3、落实好国务院促进消费相关政策，取消新能源汽车限购限行，释放消费潜力，同时在2025年前，继续执行新能源汽车免购置税政策。

国家能源局监管总监李冶

- 1、截至2019年底，我国充电基础设施达到120万个，较去年年底增加50万个，其中公共桩50万个，专用桩70万个。其中北京新能源汽车充电桩19.3

万个，同比增 30%；上海充电桩 25 万个，同比增长 20%。

2、当下充电行业当前仍存在一些问題，如充电设施平均利用率较低、利润率低，商业模式有待创新，安全水平有待提升等。

3、未来将支持探索创新充电商业模式，促进车桩协同发展，提升用户充电体验；考虑进一步减少政府干预，发挥市场优化配置资源作用；加快推动先进技术研发，鼓励开展新技术应用，依托互联网+智慧能源提升充电智能化水平；持续提升充电基础设施安全性，切实提升充电安全性；推动充电服务平台整合发展；加快推进国家级服务平台整合发展。

国家能源局电力安全监管司司长童光毅

1、电动汽车发生安全事故的数量越来越多，不加以控制，将造成更大的损失，必须保证电动汽车安全风险可控在控。

2、早期对充电桩安全的标准和准入的要求没那么高，通过我们的标准不断提升以后，新的充电桩安全水平有较大提升。在这样的情况下，旧的充电桩可能会成为隐患。

3、应明确充电基础设施安全责任，完善安全责任监督管理制度，建立行业安全责任体系，进一步明确车企是整体安全的责任主体，进一步明确充电商是充电设施安全的责任主体，完善充电基础设施标准体系，并加强网络安全建设。

中国电动汽车充电基础设施促进联盟主任张帆

1、目前联盟统计的全国换电站总数为306座，而受制于多种主客观因素，换电模式在中国还处于市场探索阶段。

2、2025年前应持续对充电基础设施建设运营给予财政补贴和奖励，落实地方车辆补贴转向补贴充电的政策，鼓励引导利用清洁能源，开展电动汽车与电网的互动示范。

中国电动汽车百人会理事长陈清泰

1、中国电动汽车产业化的快速发展和特斯拉为代表的造车新势力对未来汽车的定义和概念的创新，点燃了这场百年不遇的汽车革命。

2、电动化只是引爆点，与汽车革命并行发展的是能源革命，新一代通信、智慧交通和智慧城市，这些因素的相容对接，将使未来的汽车走向电动化、绿色化、网联化、智能化、共享化，较大程度上改变世界、造福社会。

3、到 2025 年前后电动车性价比将超过燃油车，太阳能和风能等可再生发电成本低于化石能源，市场将以强大的力量推动电动汽车发展和能源结构转型，以日益加快的步伐走向零排放公路交通。

4、互联网造车新势力闯入进来，是我国有别于其他汽车生产国的一大特点。特斯拉是全球第一颗明星，不会没有后来者。

中国电动汽车百人会副理事长董扬

1、中国环境问题确实很严重，但我们正在改善，并不是不可以解决的。中国已经进入了工业化后期，重化工的退出，使得中国汽车产品对于能源的依赖逐渐减弱，中国的能源禀赋也足以满足汽车发展的需要。同时，全球共享汽车发展只会改善汽车结构，并不会从根本上使

私家车发展倒退

2、中国还有 1 亿摩托车和 3 亿电动自行车用于个人交通运输，随着经济发展和收入提高，相当一部分的人会升级为私家车使用者。

3、2020 年中国电动车发展最需要的还是“稳定”二字，包括补贴政策维持的稳定环境，其他一些政策，包括停车费减半的问题，高速的优惠政策要落地。

中国工程院院士李德毅

1、汽车是我们移动生活代步的机器人，我们要享受是移动生活，而不仅仅是又一个需要人来操控的机器，所以我们一直说我们做的是自动驾驶。

2、主机厂很务实，我们需要的自动驾驶是将“人工智能”以润物细无声的方式，增加更多的辅助驾驶功能，慢慢的自动驾驶就来了，智能驾驶就来了。

3、人-车-路三个要素结合起来，就是中国的自动驾驶和智能网联的特色，我看智能网联可以做出成绩来的首先应该是在中国。

蔚来创始人、董事长、CEO李斌

1、到 2019 年底，我们两款车一共卖了 31913 台，这 3 万多辆车卖到了 297 个城市，这 297 个城市什么意思呢？是按照中国地级市算的，一共也就 300 多个地级市，也就是说我们其实 90% 的地级市。

2、现在进入到了我们非常希望的状态，就是订车按订单生产，大概一个月左右的时间把车交给你，我们现在基本上是按照这样一个我们最希望的 OTD 模式，在组织我们整个的供应链和生产。

3、我们今年会推很重要的一个服务理念——Battery as a service，把电池当成服务来推。一切都从用户体验出发，我们认为基于换电的一个车电分离方案，能给用户带来非常多的好处，可充、可换、可升级、梯次利用，把电池这个资产按照一个资产去让用户来租用。

小鹏汽车董事长兼CEO 何小鹏

1、在未来四到五年里面，中国甚至全球的汽车行业我认为会产生非常巨大的变化，最痛苦的时候还远远没有到来。

2、新能源汽车是非常重要的，我们能够从一个新的方式、新的赛道作为开始。但是真正变成强者，一定是智能电动汽车，我认为智能代表软件，智能代表数据，这才是未来。

3、我们有 92% 的用户是买了带自动驾驶、智能网联的，这让我有一个非常大的冲击，用户以前都觉得智能是一个噱头，是一个锦上添花。但现在的用户已经开始认为智能是前三的购车理由之一。

比亚迪股份有限公司董事长王传福

2019 年下半年出现新能源汽车市场下滑，形成的原因有多方面：

1、中美贸易摩擦影响，整个宏观经济形势复杂，新能源车很多是作为家庭第二辆车，在经济不好时可买可不买，这种消费信心不足对市场打击很大；

2、这些年国家优惠政策极大促进了新能源汽车产业发展，提升了产业竞争力，但去年的政

策退出出现了驱动力不足；

3、行业在快速发展中，暴露一些安全问题，去年上半年密集出现新能源汽车着火事故，短期内对消费信心打击很大；

4、国五、国六排放切换，大量国五车清库存，短期内造成了新能源汽车的比较优势减弱；

5、早些年电池技术迭代较快，车辆续航和体验不断提升，客观上造成了新能源二手车残值较低，加上检测评估标准和流通体系不够完善，对新车消费造成了一些影响。

资料来源：互联网

在论坛上，工信部部长苗圩表示，2019年在国家政策的推动下，我国新能源汽车产品的品质提升显著，中高端车市场份额持续提高，产业结构不断优化，落后企业相继退出了市场。因此从长远来看，我国新能源车产业已经具备较好的规模效应优势和发展环境。国家信息中心副主任徐长明也表示，预计到2025年限购城市对新能源车需求量将达35万辆。

根据数据显示，截止到2019年，我国新能源汽车产量为124.2万辆，同比下降2.3%；销量为120.6万辆，同比下降4%。为近十年来首次同比下降。其主要是因为受新能源补贴退坡的影响，自2019年下半年，我国新能源汽车销量呈现大幅下降态势。

2019年1-12月我国新能源汽车销量情况 数据来源：汽车工业协会

对于2019年下半年我国新能源汽车市场下滑现象，比亚迪股份有限公司董事长王传福表示，是由多方面因素造成的，具体如下：

2019年下半年出现新能源汽车市场下滑因素

1、中美贸易摩擦影响，整个宏观经济形势复杂，新能源车很多是作为家庭第二部车，在经济不好时可买可不买，这种消费信心不足对市场打击很大；

2、这些年国家优惠政策极大促进了新能源汽车产业发展，提升了产业竞争力，但去年的政策退出出现了驱动力不足；

3、行业在快速发展中，暴露一些安全问题，去年上半年密集出现新能源汽车着火事故，短期内对消费信心打击很大；

4、国五、国六排放切换，大量国五车清库存，短期内造成了新能源汽车的比较优势减弱；

5、早些年电池技术迭代较快，车辆续航和体验不断提升，客观上造成了新能源二手车残值较低，加上检测评估标准和流通体系不够完善，对新车消费造成了一些影响。

资料来源：互联网ww

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国新能源车行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

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家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、PEST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 2017-2020年中国新能源车行业发展概述

第一节 新能源车行业发展情况概述

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

第二节 中国新能源车行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、新能源车行业产业链条分析
- 三、中国新能源车行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国新能源车行业生命周期分析

- 一、新能源车行业生命周期理论概述
- 二、新能源车行业所属的生命周期分析

第四节 新能源车行业经济指标分析

- 一、新能源车行业的赢利性分析

- 二、新能源车行业的经济周期分析
- 三、新能源车行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国新能源车行业进入壁垒分析
 - 一、新能源车行业资金壁垒分析
 - 二、新能源车行业技术壁垒分析
 - 三、新能源车行业人才壁垒分析
 - 四、新能源车行业品牌壁垒分析
 - 五、新能源车行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球新能源车行业市场发展现状分析

- 第一节 全球新能源车行业发展历程回顾
- 第二节 全球新能源车行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲新能源车行业地区市场分析
 - 一、亚洲新能源车行业市场现状分析
 - 二、亚洲新能源车行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲新能源车行业市场前景分析
- 第四节 北美新能源车行业地区市场分析
 - 一、北美新能源车行业市场现状分析
 - 二、北美新能源车行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美新能源车行业市场前景分析
- 第五节 欧盟新能源车行业地区市场分析
 - 一、欧盟新能源车行业市场现状分析
 - 二、欧盟新能源车行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟新能源车行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界新能源车行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球新能源车行业市场规模预测

第三章 中国新能源车产业发展环境分析

- 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、全社会消费品新能源车总额
 - 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 中国新能源车行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国新能源车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国新能源车行业运行情况

第一节 中国新能源车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 中国新能源车行业市场规模分析

第三节 中国新能源车行业供应情况分析

第四节 中国新能源车行业需求情况分析

第五节 中国新能源车行业供需平衡分析

第六节 中国新能源车行业发展趋势分析

第五章 中国新能源车所属行业运行数据监测

第一节 中国新能源车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 中国新能源车所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国新能源车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 2017-2020年中国新能源车市场格局分析

第一节 中国新能源车行业竞争现状分析

一、中国新能源车行业竞争情况分析

二、中国新能源车行业主要品牌分析

第二节 中国新能源车行业集中度分析

一、中国新能源车行业市场集中度分析

二、中国新能源车行业企业集中度分析

第三节 中国新能源车行业存在的问题

第四节 中国新能源车行业解决问题的策略分析

第五节 中国新能源车行业竞争力分析

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 2017-2020年中国新能源车行业需求特点与动态分析

第一节 中国新能源车行业消费市场动态情况

第二节 中国新能源车行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 新能源车行业成本分析

第四节 新能源车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

第五节 中国新能源车行业价格现状分析

第六节 中国新能源车行业平均价格走势预测

一、中国新能源车行业价格影响因素

- 二、中国新能源车行业平均价格走势预测
- 三、中国新能源车行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国新能源车行业区域市场现状分析

第一节 中国新能源车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新能源车市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区新能源车市场规模分析
- 四、华东地区新能源车市场规模预测

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、华中地区新能源车市场规模分析
- 四、华中地区新能源车市场规模预测

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、华南地区新能源车市场规模分析
- 四、华南地区新能源车市场规模预测

第九章 2017-2020年中国新能源车行业竞争情况

第一节 中国新能源车行业竞争结构分析（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 中国新能源车行业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 中国新能源车行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 新能源车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国新能源车行业发展前景分析与预测

第一节 中国新能源车行业未来发展前景分析

- 一、新能源车行业国内投资环境分析
- 二、中国新能源车行业市场机会分析

三、中国新能源车行业投资增速预测

第二节 中国新能源车行业未来发展趋势预测

第三节 中国新能源车行业市场发展预测

一、中国新能源车行业市场规模预测

二、中国新能源车行业市场规模增速预测

三、中国新能源车行业产值规模预测

四、中国新能源车行业产值增速预测

五、中国新能源车行业供需情况预测

第四节 中国新能源车行业盈利走势预测

一、中国新能源车行业毛利润同比增速预测

二、中国新能源车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国新能源车行业投资风险与营销分析

第一节 新能源车行业投资风险分析

一、新能源车行业政策风险分析

二、新能源车行业技术风险分析

三、新能源车行业竞争风险

四、新能源车行业其他风险分析

第二节 新能源车行业企业经营发展分析及建议

一、新能源车行业经营模式

二、新能源车行业销售模式

三、新能源车行业创新方向

第三节 新能源车行业应对策略

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 2021-2026年中国新能源车行业发展战略及规划建议

第一节 中国新能源车行业品牌战略分析

一、新能源车企业品牌的重要性

二、新能源车企业实施品牌战略的意义

三、新能源车企业品牌的现状分析

四、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

第二节 中国新能源车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 中国新能源车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 2021-2026年中国新能源车行业发展策略及投资建议

第一节 中国新能源车行业产品策略分析

- 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 中国新能源车行业定价策略分析

第三节 中国新能源车行业营销渠道策略

- 一、新能源车行业渠道选择策略
- 二、新能源车行业营销策略

第四节 中国新能源车行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

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

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/476239476239.html>