

2018年中国新能源乘用车市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势研究

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年中国新能源乘用车市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》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/qiche/328974328974.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

积分制开启乘用车新时代，高镍趋势确立

2017年9月28日下午《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》经工信部审议通过，并经财政部、商务部、海关总署、质检总局审议同意，予以公布，自2018年4月1日起施行。这标志着国内新能源汽车积分组合制度即将正式实施，政府将以积分组合制度建立扶持新能源汽车发展的长效机制，缓解补贴资金需求。

(1) 考核油耗积分和新能源车积分，油耗正积分结转下年或转让给关联企业，油耗负积分可通过结转、关联企业转让和购买新能源车积分抵扣，而新能源车正积分可对外出售，负积分只能购买新能源车正积分抵扣。这意味着传统车企即使对燃油车型节能改造达到油耗标准（获得油耗正积分），也仍须给予新能源车企补贴（购买新能源车正积分），这将从供给侧大幅提升整车企业生产新能源车积极性。

(2) 正式版本明确新能源汽车积分将延后一年考核并且2019和2020年合并考核——对2018年新能源汽车积分不作考核，2019和2020年比例保持10%和12%不变，并且2019年度新能源汽车正积分可以等额（100%）结转至2020年，负积分可以使用2020年抵偿。

图：积分组合制度具体内容

逐步加严的油耗积分考核以及新能源车积分考核为新能源汽车在生产端提供动力。根据我们测算，2018至2020年，燃料消耗量积分充分转让后需要抵偿的燃料消耗量负积分约为95万、147万、250万。结合新能源积分比例的要求，2019-2020年所需的新能源积分为275、344万分。合计每年需要满足的新能源积分就是95、422、594万分，如按单车平均新能源车积分3分粗算，2018-2020年双积分抵扣归零所需的新能源乘用车的产量约为32、141和198万辆。

表：2018-2020年新能源乘用车产量测算 2017年6月13日，工信部就《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法（征求意见稿）》向社会公开征求意见。相比征求意见稿，正式版本对新能源乘用车单车积分标准未予调整，以函数 $0.012 \times \text{纯电动续航里程} + 0.8$ 计算积分，同时设定积分上限维持为5分。正式版本依然延续鼓励高续航里程车型以及高能量密度电池的政策引导方向，代表高能量密度的三元路线在乘用车中渗透率有望进一步提高，三元高镍化以及软包电池等提升能量密度产品有望逐步推向市场。

表：新版2016-2020年新能源乘用车单车积分标准

表：旧版2016-2020年新能源乘用车单车积分标准

双积分的推出同时表明政策的大方向是择优扶强，引领行业走高能量密度、高续航里程的技术发展路线。依据三种元素的摩尔比不同，镍钴锰三元材料分为不同体系，包括NCM111、NCM523、NCM622、NCM811。随着镍含量的增加，克容量也会相应提高，电池组能量密度及新能源车续航里程也会提高。现阶段国内三元电池仍然使用NCM523为主，随着乘用车品质改善，续航里程不断提升，未来NCM622甚至NCM811/NCA等高镍电池产品将成

为市场主流。

表：动力电池性能参数对比

观研天下发布的《2018年中国新能源乘用车市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》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新能源乘用车交易所等，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、新能源乘用车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年中国新能源乘用车行业发展概述

第一节 新能源乘用车行业发展情况概述

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

第二节 中国新能源乘用车行业上下游产业链分析

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

第三节 中国新能源乘用车行业生命周期分析

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

第四节 新能源乘用车行业经济指标分析

- 一、新能源乘用车行业的赢利性分析
- 二、新能源乘用车行业的经济周期分析
- 三、新能源乘用车行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新能源乘用车行业进入壁垒分析

- 一、新能源乘用车行业资金壁垒分析
- 二、新能源乘用车行业技术壁垒分析
- 三、新能源乘用车行业人才壁垒分析
- 四、新能源乘用车行业品牌壁垒分析
- 五、新能源乘用车行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球新能源乘用车行业市场发展现状分析

第一节 全球新能源乘用车行业发展历程回顾

第二节 全球新能源乘用车行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新能源乘用车行业地区市场分析

- 一、亚洲新能源乘用车行业市场现状分析
- 二、亚洲新能源乘用车行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲新能源乘用车行业市场前景分析

第四节 北美新能源乘用车行业地区市场分析

- 一、北美新能源乘用车行业市场现状分析
- 二、北美新能源乘用车行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美新能源乘用车行业市场前景分析

第五节 欧盟新能源乘用车行业地区市场分析

- 一、欧盟新能源乘用车行业市场现状分析
- 二、欧盟新能源乘用车行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟新能源乘用车行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界新能源乘用车行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球新能源乘用车行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国新能源乘用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 中国新能源乘用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 中国新能源乘用车产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、新能源乘用车环境分析

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年中国新能源乘用车行业运行情况

第一节 中国新能源乘用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 中国新能源乘用车行业市场规模分析

第三节 中国新能源乘用车行业供应情况分析

第四节 中国新能源乘用车行业需求情况分析

第五节 中国新能源乘用车行业供需平衡分析

第六节 中国新能源乘用车行业发展趋势分析

第五章 中国新能源乘用车所属行业运行数据监测

第一节 中国新能源乘用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 中国新能源乘用车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 中国新能源乘用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 2015-2017年中国新能源乘用车市场格局分析

第一节 中国新能源乘用车行业竞争现状分析

一、中国新能源乘用车行业竞争情况分析

二、中国新能源乘用车行业主要品牌分析

第二节 中国新能源乘用车行业集中度分析

一、中国新能源乘用车行业市场集中度分析

二、中国新能源乘用车行业企业集中度分析

第三节 中国新能源乘用车行业存在的问题

第四节 中国新能源乘用车行业解决问题的策略分析

第五节 中国新能源乘用车行业竞争力分析

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 2015-2017年中国新能源乘用车行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国新能源乘用车行业消费特点

第二节 中国新能源乘用车行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 新能源乘用车行业成本分析

第三节 新能源乘用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

第四节 中国新能源乘用车行业价格现状分析

第五节 中国新能源乘用车行业平均价格走势预测

一、中国新能源乘用车行业价格影响因素

二、中国新能源乘用车行业平均价格走势预测

三、中国新能源乘用车行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国新能源乘用车行业区域市场现状分析

第一节 中国新能源乘用车行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地新能源乘用车市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新能源乘用车市场规模分析

四、华东地区新能源乘用车市场规模预测

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、华中地区新能源乘用车市场规模分析

四、华中地区新能源乘用车市场规模预测

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、华南地区新能源乘用车市场规模分析

第九章 2015-2017年中国新能源乘用车行业竞争情况

第一节 中国新能源乘用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 中国新能源乘用车行业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 中国新能源乘用车行业竞争环境分析（新能源乘用车T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 新能源乘用车行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、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年中国新能源乘用车行业发展前景分析与预测

第一节 中国新能源乘用车行业未来发展前景分析

一、新能源乘用车行业国内投资环境分析

二、中国新能源乘用车行业市场机会分析

三、中国新能源乘用车行业投资增速预测

第二节中国新能源乘用车行业未来发展趋势预测

第三节中国新能源乘用车行业市场发展预测

- 一、中国新能源乘用车行业市场规模预测
- 二、中国新能源乘用车行业市场规模增速预测
- 三、中国新能源乘用车行业产值规模预测
- 四、中国新能源乘用车行业产值增速预测
- 五、中国新能源乘用车行业供需情况预测

第四节中国新能源乘用车行业盈利走势预测

- 一、中国新能源乘用车行业毛利润同比增速预测
- 二、中国新能源乘用车行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国新能源乘用车行业投资风险与营销分析

第一节 新能源乘用车行业投资风险分析

- 一、新能源乘用车行业政策风险分析
- 二、新能源乘用车行业技术风险分析
- 三、新能源乘用车行业竞争风险分析
- 四、新能源乘用车行业其他风险分析

第二节 新能源乘用车行业企业经营发展分析及建议

- 一、新能源乘用车行业经营模式
- 二、新能源乘用车行业销售模式
- 三、新能源乘用车行业创新方向

第三节 新能源乘用车行业应对策略

- 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2018-2024年中国新能源乘用车行业发展策略及投资建议

第一节 中国新能源乘用车行业品牌战略分析

- 一、新能源乘用车企业品牌的重要性
- 二、新能源乘用车企业实施品牌战略的意义
- 三、新能源乘用车企业品牌的现状分析
- 四、新能源乘用车企业的品牌战略
- 五、新能源乘用车品牌战略管理的策略

第二节中国新能源乘用车行业市场重点客户战略实施

- 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 中国新能源乘用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 2018-2024年中国新能源乘用车行业发展策略及投资建议

第一节 中国新能源乘用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 中国新能源乘用车行业定价策略分析

第二节 中国新能源乘用车行业营销渠道策略

一、新能源乘用车行业渠道选择策略

二、新能源乘用车行业营销策略

第三节 中国新能源乘用车行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新能源乘用车行业重点投资区域分析

二、中国新能源乘用车行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/328974328974.html>