

2020年中国电动车市场前景研究报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

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《2020年中国电动车市场前景研究报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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/449873449873.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

据消息报道，北汽新能源旗下首款纯电动中型轿车—EU7已于9月9日正式下线，并将于9月19日正式上市。新车NEDC工况续航里程为451km。新车车标不再使用“北”字样式，改为英文字母“BEIJING”。动力方面，新车将搭载一台永磁同步电机，最大功率160kW(218Ps)，最大扭矩300N·m。动力电池采用能量密度为144.4Wh/kg的三元锂电池，电池组容量为60.2kWh，NEDC工况续航451 km。

从国家发布新能源政策以来，前期阶段我国电动汽车行业发展完全靠政策推动。随着补贴退坡，逐渐过渡到了由政策和市场共同推动。2020年名补贴退出，电动车增长动能将转换至好车型推出，带动自主需求的爆发；且随着电池成本的下陈，预计在2023年历史，电动车可以实现平价，竞争力更加凸显。

2019-2025年国内电动车销量预测

数据来源：中汽协

作为电动汽车运行的重要基础设施，充电桩和充电站数量上远远无法满足电动汽车需求。充电桩目前区域分配差距较大，且存在车桩不匹配、充电桩无法使用、安装困难等问题导致充电困难。随着新能源汽车保有量持续提升，有望带动有效充电基础设施的增加，而目前规模化的充电设施供应商较少，随着充电桩行业布局完善，较早布局充电桩行业的龙头运营商和依托于自身品牌的整车制造商的配套充电桩运营商有望从中受益。

全国规划运营商企业充电站保有量分布（座）

数据来源：中汽协

随着环保监管趋严及油价不断攀升，汽车电动化是汽车工业未来转型的方向。海外车企巨头纷纷规划将电动汽车比例提升，大众MEB、奔驰MEA、沃尔沃CMA/MEP、通用全新电动化平台等都将在19-20年陆续投放，国内各大车企也积极加速推电动车。（TC）

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年中国电动车市场前景研究报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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。

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 中国电动车行业发展综述

1.1 电动车行业相关概述

1.1.1 电动车的相关概念

1.1.2 电动车的类型

- (1) 电动自行车
- (2) 电动摩托车
- (3) 电动三轮车
- (4) 电动汽车

1.2 电动车行业发展环境分析

1.2.1 电动车政策环境分析

- (1) 行业政策法规汇总
- (2) 行业主要政策解读
- (3) 行业国家技术标准

1.2.2 电动车经济环境分析

- (1) 国内宏观经济环境分析
- (2) 行业宏观产业环境分析

1.2.3 电动车技术环境分析

- (1) 电动车行业专利分析
- (2) 电动车技术发展趋势

1.2.4 电动车社会环境分析

- (1) 社会环境污染问题
- (2) 社会交通安全问题

第二章 中国电动车行业产业链分析

2.1 电动车原材料市场分析

2.1.1 电动车整车原材料市场分析

- (1) 钢市行情分析
- (2) 橡胶市场行情分析
- (3) 塑料市场行情分析

2.1.2 电动车电池原材料市场分析

- (1) 铝市场行情分析
- (2) 锂市场行情分析
- (3) 镍市场行情分析
- (4) 电解铝市场行情分析

2.2 电动车电池市场分析

2.2.1 铅酸电池

- (1) 铅酸电池市场规模分析
- (2) 铅酸电池市场需求情况
- (3) 铅酸电池企业竞争格局

2.2.2 镍氢电池

- (1) 镍氢电池市场规模分析
- (2) 镍氢电池市场需求情况
- (3) 镍氢电池企业竞争格局

2.2.3 锂电池

- (1) 锂电池市场规模分析
- (2) 锂电池市场需求情况
- (3) 锂电池企业竞争格局

第三章 中国电动车行业主要产品市场分析

3.1 中国电动自行车产品市场分析

3.1.1 电动自行车发展阶段

3.1.2 电动自行车产量规模

3.1.3 电动自行车保有量规模

3.1.4 电动自行车未来发展趋势

- (1) 较大的市场增长空间
- (2) 消费升级趋势下产品性能提升
- (3) 市场集中度进一步提高

3.2 中国电动汽车产品市场分析

3.2.1 电动汽车发展阶段

3.2.2 电动汽车产销量规模

3.2.3 电动汽车产品结构分析

3.2.4 电动汽车应用结构分析

3.2.5 电动汽车未来发展趋势

- (1) 经济效益明显的节能汽车将先发展
- (2) 充、换电站等基础设施将迎来建设潮
- (3) 纯电动汽车是汽车新能源发展的最终目标
- (4) 燃料电池汽车是新能源汽车技术未来长期发展的重要补充

3.3 中国其他电动车产品市场分析

3.3.1 电动摩托车产品市场分析

- (1) 电动两轮车产品类型
- (2) 电动摩托车销量规模
- (3) 电动摩托车市场竞争

3.3.2 电动观光车产品市场分析

3.3.3 电动搬运车产品市场分析

第四章 国内外电动车行业竞争状况分析

4.1 国际市场竞争状况分析

4.1.1 全球电动车市场发展状况分析

- (1) 全球电动自行车行业分析
- (2) 全球电动汽车行业分析

4.1.2 全球电动车市场竞争状况分析

- (1) 全球电动自行车市场竞争状况
- (2) 全球电动汽车市场竞争状况

4.1.3 全球电动车市场发展趋势分析

- (1) 全球电动自行车市场发展趋势
- (2) 全球电动汽车市场发展趋势

4.2 中国电动车行业竞争分析

4.2.1 国内电动车行业规模增速

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

4.2.2 国内电动车行业竞争格局

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

4.2.3 国内电动车行业五力模型分析

- (1) 供应商议价能力分析
- (2) 购买者议价能力分析

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 新进入者威胁分析

(5) 竞争现状分析

(6) 竞争情况总结

第五章 电动车行业进出口市场分析

5.1 电动车行业进口产品分析

5.1.1 行业进口整体情况

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

5.1.2 行业进口结构情况

5.2 电动车行业出口产品分析

5.2.1 行业出口整体情况

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

5.2.2 行业出口结构情况

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

5.3 电动车行业国外市场分析

5.3.1 德国电动车市场分析

(1) 发展概况

(2) 主要产品

(3) 市场分析

(4) 进入关注点

5.3.2 印度电动车市场分析

(1) 发展概况

(2) 主要产品

(3) 市场分析

(4) 进入关注点

5.3.3 日本电动车市场分析

(1) 发展概况

(2) 主要产品

(3) 市场分析

(4) 进入关注点

5.3.4 美国电动车市场分析

(1) 发展概况

- (2) 主要产品
- (3) 市场分析
- (4) 进入关注点
- 5.3.5 其他国家电动车市场分析
 - (1) 越南电动车市场分析
 - (2) 南非电动车市场分析
 - (3) 巴西电动车市场分析
- 5.4 电动车行业进出口前景及建议
 - 5.4.1 电动车行业出口前景及建议
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
 - 5.4.2 电动车行业进口前景及建议
- 第六章 中国电动车行业市场营销分析
 - 6.1 电动车市场销售模式分析
 - 6.1.1 电动车传统销售模式解析
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
 - 6.1.2 互联网下电动车销售新渠道模式
 - (1) 突破机遇分析
 - (2) 难题和挑战分析
 - 6.2 电动车市场重点营销概述
 - 6.2.1 品牌营销
 - 6.2.2 终端营销
 - (1) 店面选址是否合理
 - (2) 广告策略能否挠到痒处
 - (3) 品牌在店内的形象
 - (4) 促销推广活动是否有效
 - (5) 终端管理有无严格制度并认真执行
 - 6.2.3 体育营销
 - 6.2.4 差异化营销
 - (1) 区域产品竞争力产品打造
 - (2) 泛市场的竞争力产品打造
 - (3) 提升新产品开发成功率的策略
 - 6.2.5 互联网营销
 - (1) 微信营销

(2) 微博营销

6.3 电动车市场营销策略

6.3.1 电动车市场营销战略

(1) 加强产品开发力

(2) 拓展销售创新力

(3) 提升品牌竞争力

6.3.2 电动车品牌营销策略

(1) 品牌战略重点

(2) 品牌的核心价值

(3) 品牌识别

(4) 品牌战略主要工作

6.3.3 电动车渠道营销策略

(1) 维护渠道策略

(2) 渠道开拓策略

(3) 互联网渠道策略

6.3.4 电动车行业营销建议

(1) 品牌战略

(2) 营销网络

第七章 中国电动车行业重点区域市场分析

7.1 浙江省电动车行业发展分析

7.1.1 浙江省电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.1.2 浙江省电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.1.3 浙江省电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.2 江苏省电动车行业发展分析

7.2.1 江苏省电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

- (3) 社会发展环境
- (4) 技术发展环境
- 7.2.2 江苏省电动车行业发展现状分析
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
- 7.2.3 江苏省电动车行业发展前景展望
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
- 7.3 天津市电动车行业发展分析
 - 7.3.1 天津市电动车行业发展环境分析
 - (1) 政策发展环境
 - (2) 经济发展环境
 - (3) 社会发展环境
 - (4) 技术发展环境
 - 7.3.2 天津市电动车行业发展现状分析
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
 - 7.3.3 天津市电动车行业发展前景展望
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
- 7.4 山东省电动车行业发展分析
 - 7.4.1 山东省电动车行业发展环境分析
 - (1) 政策发展环境
 - (2) 经济发展环境
 - (3) 社会发展环境
 - (4) 技术发展环境
 - 7.4.2 山东省电动车行业发展现状分析
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
 - 7.4.3 山东省电动车行业发展前景展望
 - (1) 电动自行车
 - (2) 电动汽车
- 7.5 广东省电动车行业发展分析
 - 7.5.1 广东省电动车行业发展环境分析
 - (1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.5.2 广东省电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.5.3 广东省电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.6 河南省电动车行业发展分析

7.6.1 河南省电动车行业发展环境分析

(1) 政策发展环境

(2) 经济发展环境

(3) 社会发展环境

(4) 技术发展环境

7.6.2 河南省电动车行业发展现状分析

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

7.6.3 河南省电动车行业发展前景展望

(1) 电动自行车

(2) 电动汽车

第八章 中国电动车行业企业分析（随数据更新有调整）

8.1 跨国电动车公司经营分析

8.1.1 美国ZAP

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.1.2 英国兰令

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.1.3 雅马哈

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.1.4 捷安特

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.1.5 本田株式会社

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2 国内重点电动汽车企业经营分析

8.2.1 上海汽车集团股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.2 比亚迪股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.3 北京汽车股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.4 重庆长安汽车股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.5 安徽江淮汽车股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3 国内重点电动自行车企业经营分析

8.3.1 江苏新日电动车股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.2 爱玛科技集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.3 雅迪科技集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.4 浙江绿源电动车有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.5 深圳市深铃车业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.6 绿佳车业科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.3.7 澳柯玛（沂南）新能源电动车有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.3.8 常州速派奇车业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.3.9 深圳中华自行车（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析

8.3.10 天津飞踏自行车有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第九章 电动车行业发展趋势分析与预测

9.1 中国电动车市场发展趋势与前景预测

9.1.1 中国电动车市场发展趋势分析

9.1.2 中国电动车市场发展前景预测

- (1) 电动自行车市场前景预测
- (2) 电动汽车市场前景预测

9.2 电动车行业投资现状与风险分析

9.2.1 行业投资现状分析

9.2.2 行业进入壁垒分析

- (1) 规模经济
- (2) 产品差异化
- (3) 资金需求
- (4) 经销渠道
- (5) 政府政策

9.2.3 行业盈利模式分析

9.2.4 行业盈利因素分析

- (1) 技术创新能力
- (2) 品牌
- (3) 廉价原材料及劳动力

9.2.5 行业投资风险预警

- (1) 政策风险
- (2) 技术风险
- (3) 供求风险
- (4) 宏观经济波动风险
- (5) 关联产业风险
- (6) 替代性风险

9.3 中国电动车行业投资机会与热点分析

9.3.1 行业投资价值分析

9.3.2 行业投资机会分析

- (1) 产业链投资机会分析
- (2) 重点区域投资机会分析
- (3) 细分市场投资机会分析
- (4) 产业空白点投资机会

9.3.3 行业投资热点分析

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

9.4 中国电动车行业发展战略与规划分析

9.4.1 行业发展战略研究分析

- (1) 技术开发战略
- (2) 营销品牌战略
- (3) 移动电商切入与运营战略

9.4.2 行业发展建议分析

- (1) 电动自行车
- (2) 电动汽车

图表目录

图表1：电动车产品分类

图表2：各种电动汽车比较

图表3：2017-2020年国家电动自行车行业相关政策法规汇总表

图表4：2017-2020年国家新能源汽车行业相关政策法规汇总表

图表5：国家电动自行车行业主要政策解读

图表6：国家新能源汽车行业主要政策解读

图表7：2020年第十九批免征车辆购置税新能源汽车车型结构（单位：%）

图表8：2020年节能新能源汽车税收优惠政策解读

图表9：2020年新能源乘用车补贴标准（单位：万元/辆）

图表10：2020年新能源客车补贴标准（单位：万元/辆）

图表11：电动自行车技术标准

图表12：新能源汽车行业主要标准一览表

图表13：2017-2020年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表14：2017-2020年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表15：2017-2020年中国城乡居民人均收入增长情况（单位：元）

图表16：2017-2020年中国汽车行业产量及销量情况（单位：万辆）

图表17：2017-2020年我国摩托车产量（单位：万辆）

图表18：2017-2020年我国两轮脚踏自行车产量（单位：万辆，）

图表19：2017-2020年中国电动车专利申请趋势变化图（单位：件）

图表20：截至2020年电动车专利技术申请人构成TOP10（单位：件，%）

图表详见报告正文（GYSYL）

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/449873449873.html>